

The SUNTORY logo is rendered in a bold, white, sans-serif font. It is centered horizontally and positioned in the upper-middle section of the page. The background consists of several overlapping, semi-transparent shapes in various shades of blue, creating a layered, abstract effect.

SUNTORY

サントリーCSRレポート2005 詳細版

SUNTORY Corporate Social Responsibility Report 2005

社会と自然との共生をめざして

CONTENTS 目次

編集方針

本レポートは、次の方針に基づき作成しました。

今回より、CSR(企業の社会的責任)に関するサントリーの考え方と活動をお伝えするため、「CSRレポート」としました。

作成にあたっては、環境省およびGRIのガイドラインを参考に情報開示をしています。

活動内容をより多くの方にお伝えするために、冊子版「CSRレポート」作成に加え、冊子版よりも詳細な活動報告である本「CSRレポート2005詳細版」をPDFにてホームページ上に掲載しました。

多様なステークホルダーからサントリーのCSR活動に関するご意見を伺うために、第3回「サントリー・サステナビリティボード」を開催しました。

グリーンコンシューマー研究会代表 バルディーズ研究会共同議長 緑川芳樹氏に「第三者意見」をいただき、その内容をできる限りレポートに反映しました。

GRI(Global Reporting Initiative):

環境面だけでなく社会・経済面も含めた報告書の世界的なガイドラインを作成している国際団体

「CSRレポート」ホームページのご紹介 <http://suntory.jp/ECO/>

Webでの掲載内容

CSRレポート 2005詳細版

冊子版レポートよりも詳細な活動報告

CSRレポート 2005

冊子版レポートと同じ内容

サイトレポート 2005

各工場と一部のグループ会社の環境関連データとトピックス

環境省ガイドライン対照表

環境省「環境報告書ガイドライン(2003年度版)」との対照表

GRIガイドライン対照表

GRI「持続可能性報告のガイドライン2002」との対照表

環境用語集

環境用語の解説

Ecoship Q&A

環境に関する質問にお答えするコーナー

対象範囲

対象組織：サントリー株式会社単体の活動を中心に掲載しています(パフォーマンステータには、グループ会社を含んでいません)。環境会計の対象には一部グループ会社を含みます。

対象期間：データは2004年1月1日～2004年12月31日の実績です。活動については、直近のものを含みます。

発行日：2005年7月

編集方針・対象範囲	01
社是・企業理念	02
サントリーグループの概要	03
水と生きる SUNTORY	05
ステークホルダーの皆様へ	07

CSRマネジメント

コーポレート・ガバナンス	09
コンプライアンス経営	11
品質保証	14
環境経営	17

「社会」との共生

酒類メーカーとしての責任	21
お客様とのコミュニケーション	24
社員とともに	27
社会・文化・スポーツ活動	31

「自然」との共生

環境活動のビジョン	35
2004年度実績評価と中期目標	37
商品のライフサイクルで見る環境活動	39
エコプロダクツの企画・開発	40
グリーン調達・グリーン購入	42
エコファクトリー	45
物流・販売での環境配慮	53
容器リサイクル	56
環境教育・啓発	60
自然保護活動	61
環境会計	63

グループ会社ミニレポート	65
第3回 サントリー・サステナビリティボード	69
第三者意見	71
サントリーのあゆみ	72

CSRレポートに関するお問い合わせ先

サントリー株式会社 〒135-8631 東京都港区台場2-3-3

CSR推進部 TEL : 03-5579-1501 FAX:03-5579-1743

環境部 TEL : 03-5579-1513 FAX:03-5579-1720

発行責任者：内貴 研二

社 是

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

日々あらたな心
グローバルな探索
積極果敢な行動

企業理念

人と自然と響きあう



サントリーグループの概要

1899年に創業したサントリーは、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。さらに海外でも、ヨーロッパ、アメリカ、そして近年成長著しいアジアで、幅広くビジネスを展開しています。

サントリーグループ

会社数 170社(2004年12月31日現在)

連結売上高 13,167億円(2004年1月1日～2004年12月31日)

連結経常利益 542億円(2004年1月1日～2004年12月31日)

従業員数 18,429名(2004年12月31日現在)

主な対象市場 一般消費者、飲食店など

サントリー株式会社

本社所在地 大阪府大阪市北区堂島浜2-1-40

創業 1899年

設立 1921年12月1日

資本金 300億円

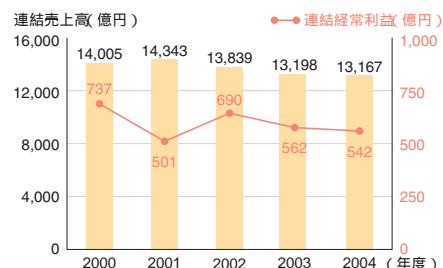
売上高 7,889億円(2004年1月1日～2004年12月31日)

経常利益 176億円(2004年1月1日～2004年12月31日)

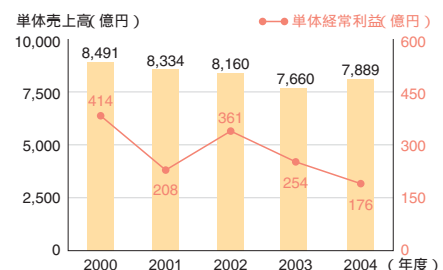
従業員数 4,582名(2004年12月31日現在)

主な対象市場 一般消費者、飲食店など

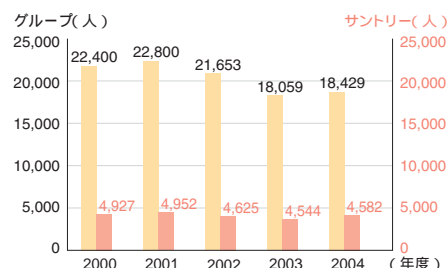
連結売上高・
連結経常利益



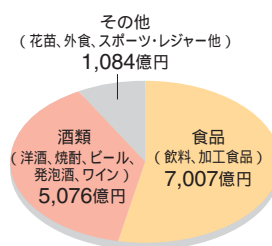
単体売上高・
単体経常利益



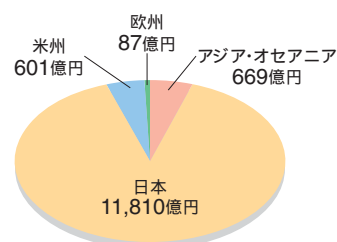
グループ
従業員数・
サントリー
従業員数



事業種類別
売上高構成
(2004年度・連結)



地域別
売上高構成
(2004年度・連結)



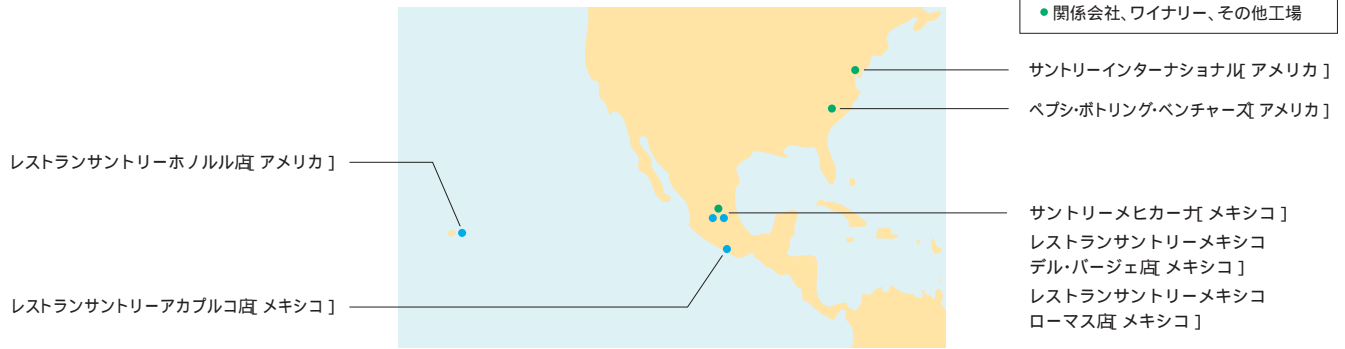
対象期間中の重大な事業変化

サントリーウォーターグループは2004年度より連結対象外としました。

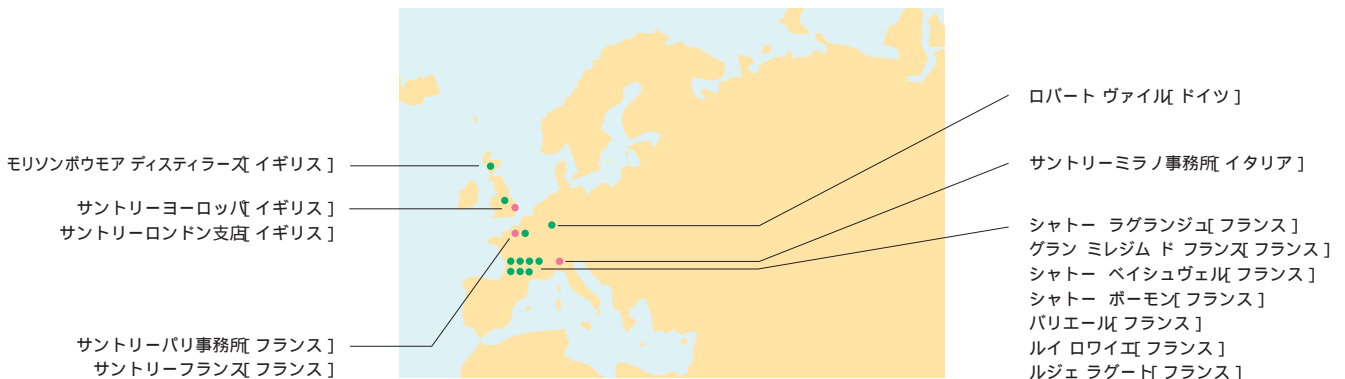
世界に広がるサントリーグループ

(2005年4月現在)

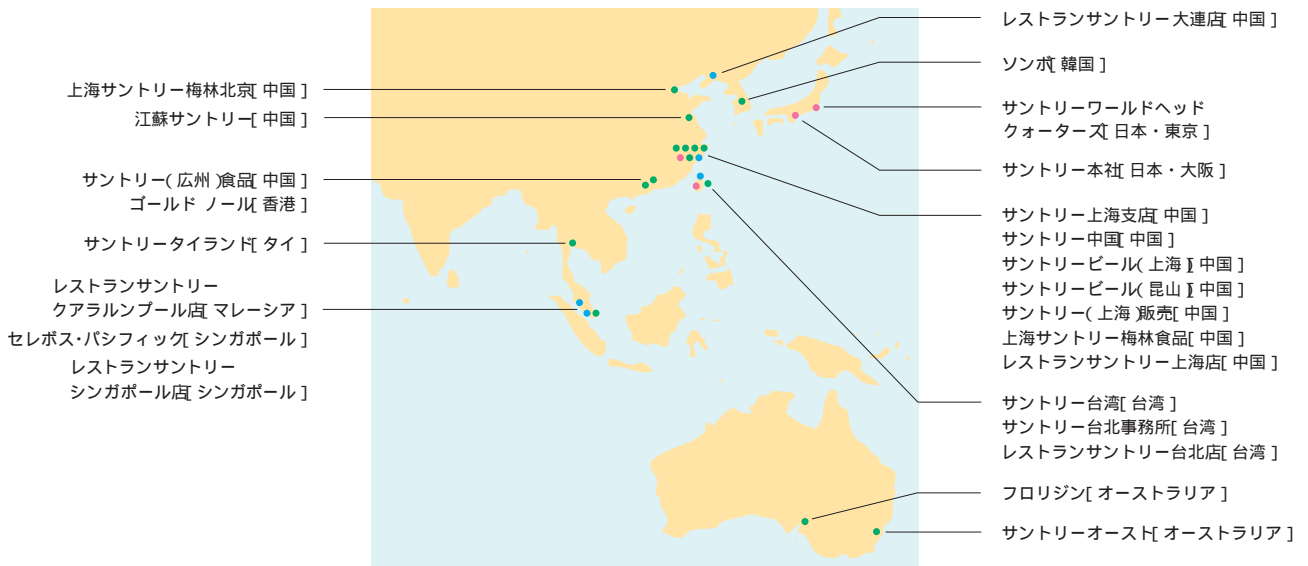
アメリカ事業展開



ヨーロッパ事業展開



アジア / オセアニア事業展開



水と生きる

SUNTORY

すべての生命を育む水。

そして、サントリーにとっても、水は命そのもの。

その大切な水を守り育て、多くの人々に水の恵みと、

からだと心の潤いをお届けすることが、

サントリーの社会的責任と考えています。

水の生命力を私たちの力に

2005年、サントリーのロゴマークが生まれ変わりました。

新しいロゴマークは、私たちが生きる

この地球の生命のエネルギーと喜びを表しています。

その中心イメージは、水。

サントリーという企業の源泉とも言える水を、

新しいロゴマークの最もシンボリックなモチーフにしました。

SUNTORYという文字の形は、

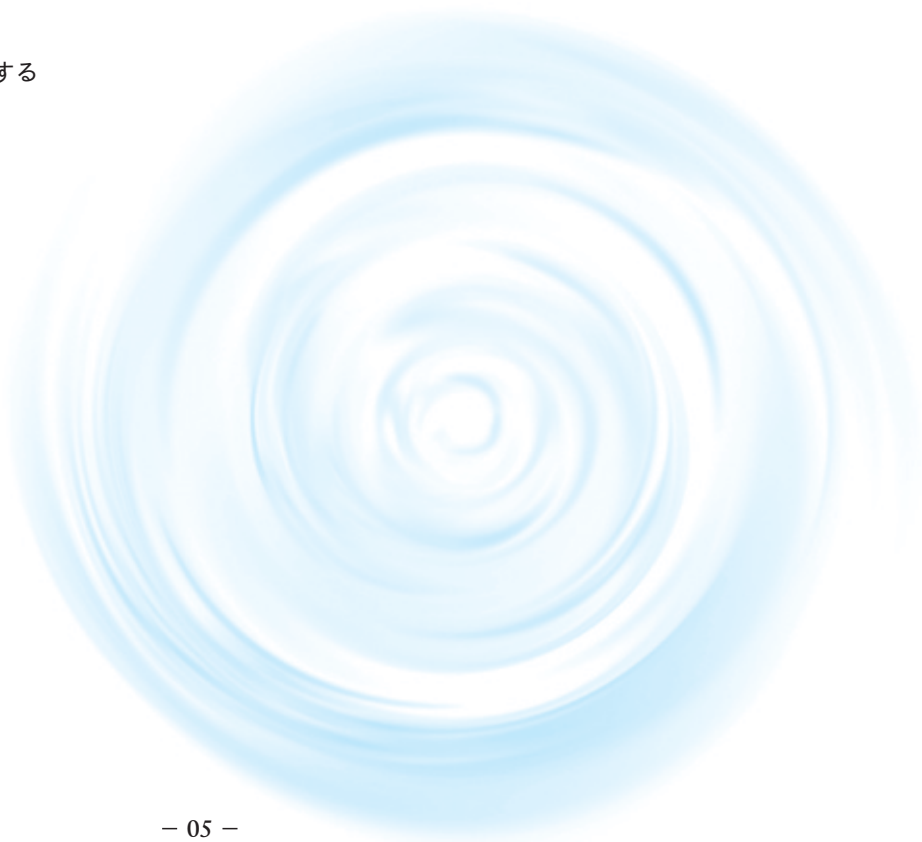
たえまなく動き、止まらず、育ち、成長していく水のイメージ。

色は、みずみずしい「ウォーターブルー」。

常に自由に柔軟にたくましく、

未来に向かって新たなテーマにチャレンジする

サントリーの決意を示しています。



水の恵みを生かして

水の恵みを多彩な形で
お届けすることを通じて、
人々の心身の健康に貢献します。



水を育む

水を育ててくれる森、
そして森に住む生き物を守る活動に取り組んでいます。



未来の水のために

未来の水を育むように、
次世代を担う子どもたちの健やかな成長を応援します。



水を大切に

水を無駄にしません。
そして使った水はきれいに自然に戻します。



生活に水の潤いを

水が生命の渇きを癒すように、
豊かな生活文化に貢献します。



水のように生き生きと

水のように自由に、柔軟に動き、
新たな価値を生み続ける社員であることを目指しています。



ステークホルダーの皆様へ



サントリー株式会社 代表取締役社長

佐治信忠

「水と生きる SUNTORY」

水

それは太陽系唯一の生命に満ちた美しい惑星・地球の宝物です。大洋から大空へ昇り、雲となり雨となって大地へ降り注ぎ、再び海へと戻る。この大いなる水の循環がすべての生命の営みを支えています。そして、その水の恵みをさまざまな形でお客様にお届けするのがサントリーの使命です。

サントリーは創業以来ずっと、水にこだわり、水について、そして水をとりまく自然について考えてきました。そして、飲み物を中心に、お客様の心とからだに潤いをもたらす商品を提供することに努めてまいりました。サントリーの企業理念「人と自然と響きあう」は、そんな私たちの決意です。「水と生きる SUNTORY」というコーポレート・メッセージは、この決意をもっともっと多くの人々にご理解いただきたいとの願いから生まれました。

「水と生きる」には二つの意味が込められています。

一つは、サントリーが“水とともに生きる企業”であること。お客様に水の恵みをお届けする仕事には、地球規模の水の循環の一部を担うという重要な役割があります。その役割とそれに伴う重大な責任とをいつも意識して仕事をしなければなりません。さらには、水の循環の舞台である地球環境そのものへの負荷軽減に積極的に取り組む必要があると考えています。

したがって生産活動の拠点を中心に、水のリサイクルなどにより水の使用量削減に努めるのはもちろんのこと、水資源の保全のため各工場の水源地域の森林を整備する活動にも積極的に取り組んでいます。2003年には九州熊本工場の水源地域に102haに及ぶサントリー「天然水の森」を整備したのをはじめ、各地で地元自治体などとともに森林整備への取り組みを推進しています。その他、CO₂削減はもとより、地球環境への負荷軽減に向けてさまざまな努力を続けております。

もう一つは、サントリーが“社会にとっての水になりたい”ということ。水が生命にとって不可欠な養分を運ぶように、人々の心に潤いをお届けしたい。

また、オアシスの泉があらゆる生命の渇きを癒すように、多様な人々と共に生きる喜びを分かち合いたい。社会の中のさまざまな場面で人と人、人と自然との共生をお手伝いすることもサントリーが取り組むべき重要な仕事だと思っています。特に、未来の地球の主役である子どもたちが

心身ともに健やかに成長していけるような環境を整えることは大人世代の責務であると認識し、積極的な活動を行っています。2004年には、サントリー「天然水の森」で行う「森と水の学校」などの環境教育はもちろんのこと、スポーツや音楽、美術の分野でも子どもたちの夢の実現をサポートする「キッズ・ドリームプロジェクト」をスタートいたしました。さらに、2005年春には「次世代研究所」を設立し子どもや若者たちを取り巻きさまざまな問題に迫り、キッズへの取り組みを立体的に展開してまいります。

水と生きる

このメッセージに込められた意味を、私をはじめ、サントリーグループに働くすべての人々がしっかりと認識し、日常の職務の中で実現に向けて努力すること。私は、それがサントリーのCSR活動を推進する力の源であり、また、サントリーがすべてのステークホルダーの皆様から「人と自然と響きあう」企業であると認めていただくための条件であると確信しております。

「やってみなはれ」 「利益三分主義」の伝統を守って

サントリーは、明治32(1899)年、鳥井信治郎が弱冠20歳で創業しました。信治郎は飽くなきチャレンジ精神をもって、日本では不可能と言われたウイスキーづくりに挑み、苦勞を重ねながらも成功しました。その後も日本初のびん詰め生ビールの製造や清涼飲料業界への本格参入、フラワービジネスの開始など、サントリーの歴史は挑戦の連続でした。2004年には世界で初めて、「青いバラ」の開発に成功するなど、その精神は「やってみなはれ」の言葉とともに今なお、脈々と受け継がれています。

鳥井信治郎はまた、信仰心の篤い人でもありました。「陰徳あれば陽報あり」を心から信じ、事業によって得た利益は事業へ再投資するのみならず、お客様・従業員へ、さらには社会へも還元しなければならないという「利益三分主義」を実践しました。昭和初期から恵まれぬ人たちのための施設を運営し、また、匿名で奨学金を出すなど、さまざまな形で社会への感謝の気持ちを表現しました。その志は、その後も途絶えることなく続き、現在では社会福祉法人や学校法人へのサポートから芸術・学術やスポーツへの支援まで、幅広い分野にわたる社会貢献を積極的に行っております。このように、サントリーは百余年の間、鳥井信治郎の志を旨として、新しい価値を社会に提供することを自らの使命

とし、その一方で社会への感謝の気持ちを多様な形で表現させていただきながら仕事をしてまいりました。CSR活動への取り組みの必要性が叫ばれる今、私はあらためて創業者の心を見つめなおし、今後もその精神を企業の伝統としてしっかりと受け継いでいくことの重要性を感じているところです。

サントリーでは、その伝統をより確実に企業行動に反映していくため、1992年に「環境行動指針」を、さらに1997年にはそれを包含する形で「環境基本方針」を定め、地球環境への負荷軽減、特に水資源の保全への取り組みを強化してまいりました。また、2003年には、社会に与える企業行動の影響の大きさを認識し、「企業倫理憲章」「企業行動規範」を制定、2004年には、サントリーが提供する商品・サービスについて、常に最高の品質を追求しつづけるため「品質方針」を定めました。さらに、それぞれの課題について、役員をメンバーとする委員会および専門担当部署を設置して企業行動の改革、革新に取り組んでおります。今後も、それが社員一人ひとりの意識に根付くまで、私自身が先頭に立って推進していかなばならないと考えております。

本レポートは、サントリーが初めて発行するCSRレポートとして、当社におけるさまざまな活動をご紹介します。不十分な点多々残されていると考えておりますので、できる限り多くの皆様にお読みいただき、忌憚のないご意見を頂戴できれば幸いです。

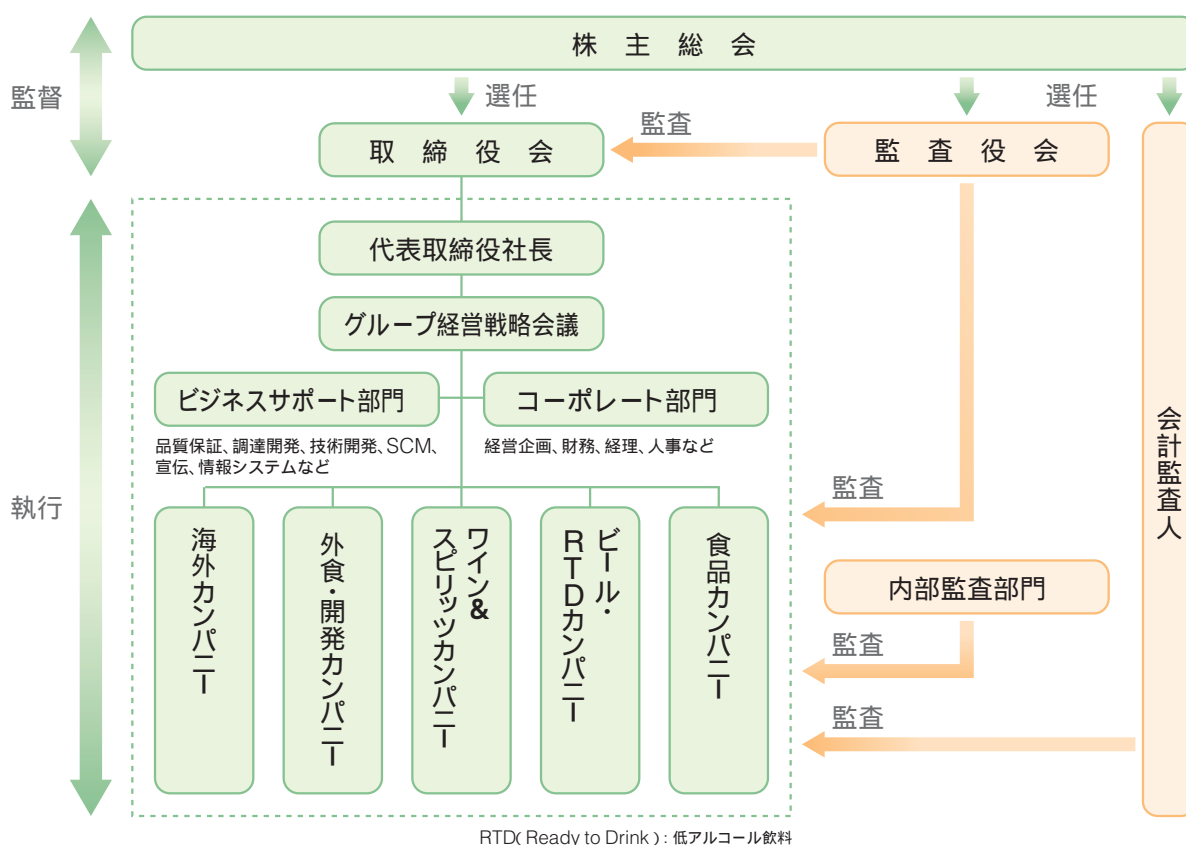
2005年6月



経営の透明性・健全性と競争力強化の両立を目指して

長期的な業績向上や持続的成長は、さまざまなステークホルダーとの適切な関係を築き、広く社会に対して責任を果たしていくことなくしては語れません。このため、サントリーは、コーポレート・ガバナンスを、企業倫理と遵法の精神に基づく経営の透明性確保と、企業環境に適応した競争力強化との両立を図るための仕組みであると考えています。品質保証や環境活動などを含めたCSR経営を推進していくために、サントリーでは、グループ経営の視点とカンパニー制を軸とした、当社にふさわしいコーポレート・ガバナンス体制を構築しています。

コーポレート・ガバナンス体制図



経営の透明性・健全性に努めています

取締役会では、経営上の重要な事項を審議・意思決定するとともに、各カンパニー（グループ会社を含む）、およびコーポレート部門、ビジネスサポート部門の業務執行状況の報告を受け、監督を行っています。なお、取締役の任期は、経営環境の変化に対応し、最適な経営体制を機動的に構築するため、1年としています。

監査役は、取締役の職務執行をはじめ、内部統制システムの整備状況、グループ経営に関わる職務執行状況について監査を行っており、さらに外部監査法人による会計監査を実施することで業務活動の適正および適法性について検証を行っています。また、グループ各部門の業務執行状況等の検証については、内部監査部門（グループ監査部）が当社およびグループ会社の監査を実施し、業務の適正な執行に関わる健全性の維持に努めています。

<取締役、監査役の構成>
2005年3月現在
取締役30名
〔社長、副社長、専務取締役3名〕
〔常務取締役5名、取締役20名〕
監査役3名
〔常勤監査役2名、社外監査役1名〕

2003年10月カンパニー制を導入しています

サントリーグループでは、意思決定のスピードアップと市場対応力の強化を図るために、ビジネスモデルに応じた事業単位ごとに「食品カンパニー」「ビール・RTDカンパニー」「ワイン&スピリッツカンパニー」「外食・開発カンパニー」「海外カンパニー」の5つのカンパニーを編成しました。これにより、各カンパニー長に“擬似独立会社”としての大幅な権限委譲を行いながら、それに見合う経営責任を明確にしています。

一方、市場や社会からの評価が、ますます企業グループトータルの視点で求められるなかで、グループ全体の経営戦略を部門の壁を越えて論議、意思決定を行うため、トップマネジメントによる「グループ経営戦略会議」を設置するほか、グループ全体の視点から企業価値を高める「コーポレート部門」、共有メリットが大きい事業運営機能を担う「ビジネスサポート部門」の体制を整備。各カンパニーの自律自走を基本に据えながら、グループ経営を柱とした経営スタイルへの転換をよりシャープに実現する経営組織体制を構築しています。

諸課題に対応する専門の組織体制を構築しています

経営組織の改革を図る一方で、1991年には様々な環境課題に対応する「環境室(現・環境部)」、アルコール関連問題に取り組む「ARP 事務局(現・ARP-UD室)」、2003年には「コンプライアンス推進部」といった専門部署を置くなど、CSR活動を推進していくための組織の強化・充実を図ってきました。2003年から2004年にかけては、諸課題に対する取り組みをより強力に推進する体制へと整備を進め、組織を横断したメンバーで構成する6つの委員会を設置。それぞれの専門的な見地から、CSRに関するリスクを整理して具体的な予防策を講じるとともに、万が一問題が生じた場合にも的確に対応できるリスクマネジメント体制づくりに取り組んでいます。

なお、2005年4月には、サントリーグループにおけるCSR活動をさらに進展させるべく、経営企画本部内に「CSR推進部」を設置しました。

労使共通の認識にたった経営を目指しています

2003年、サントリーグループ企業が企業市民として、また全社員が職業人・組織人・個人として行動する際の価値軸を定めた「企業倫理憲章」と、これを業務に則して誠実に実行するための行動指針を明文化した「企業行動規範」を制定。社内勉強会やサントリーシップカードの携行などを通じて、日常業務での徹底を図っています。

また、重要な経営政策上の課題に対しては、「社長協議会」「部門・テーマ別協議会」などの労使が検討・協議する場を定期的に設け、経営参加の仕組みをつくっています。協議会においては、これまでの数々の経営施策実施に際して組合の意見を聞くとともに、組合からは節目においてさまざまな経営提言を受けてきました。こうした制度は、企業運営の客観性や透明性を高めて企業の社会性を追求するという労使共通の目的からも、コーポレート・ガバナンス推進の一翼を担っています。

CSR推進体制

トップマネジメント(社長または副社長)を委員長とする6つの委員会を設置し、CSR経営を推進しています。

コンプライアンス委員会

個人情報保護委員会

品質保証委員会

環境委員会

ARP 委員会

人権教育推進委員会

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

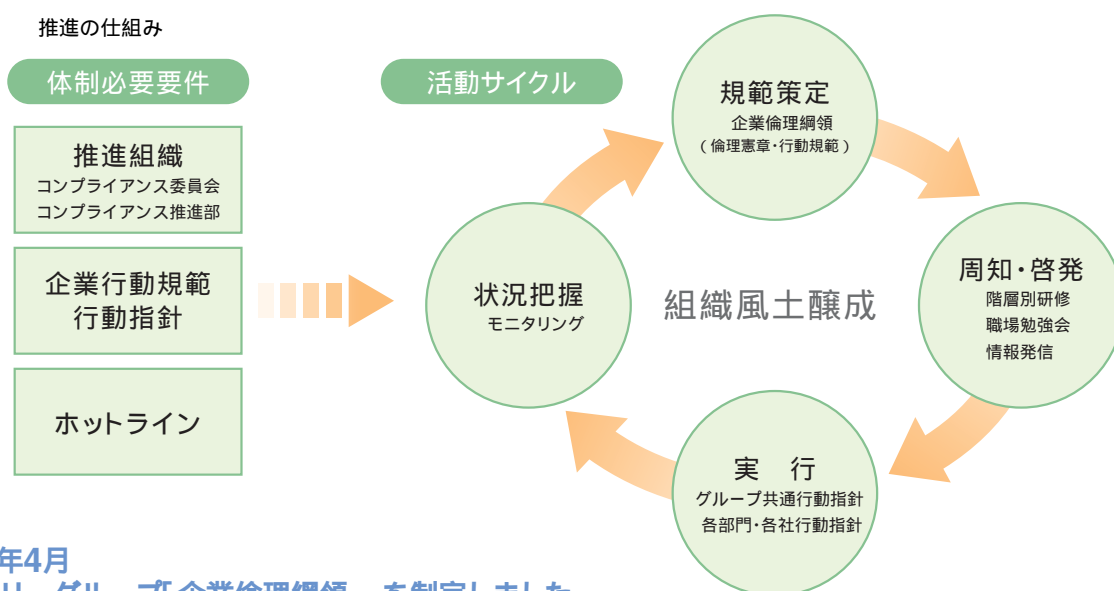


社長協議会

お客様から信頼され、 企業市民として責任を果たすために

「人と自然と響きあうサントリー」を実現するには、企業市民としての自覚をもとに市民社会のルールを尊重し、コンプライアンスを最優先することが何よりも重要と考えます。

サントリーグループは、従来より「お客様の満足」を第一に、自主基準の設定やお客様窓口部署の設置など、独自の取り組みを進めてきましたが、2003年4月、全社員があらためて企業活動のあり方を確認し、共通の価値軸で業務を推進できるよう「企業倫理綱領」を制定。コンプライアンス委員会および専門部署「コンプライアンス推進部」を設置して、グループ全体の取り組みを進めています。



2003年4月 「サントリーグループ 企業倫理綱領」を制定しました

企業理念の実現に向けて行動する際にグループ全社員が共有すべき普遍価値を「企業倫理憲章」、これを誠実に実行するための行動基準を「企業行動規範」として明文化し、ハンドブックのかたちで全社員に配布しました。また、2004年には英語版を作成し、海外のグループ会社にも配布しています。この行動規範等に抵触すると思われる行為を社員が知った場合は、上司に報告・相談することが基本ですが、それが適さない場合に備えて、「コンプライアンス・ホットライン」(内部通報システム)の窓口を社内・社外の二カ所に開設し、早期の問題発見、解決のためのバイパスとして機能させています。

P13に全文を掲載



コンプライアンス ハンドブック(企業倫理綱領)

グループ全体で 周知・啓発活動を行っています

新体制スタートにあたり、全マネジャーを対象にコンプライアンス勉強会を実施し、コンプライアンス経営への理解と意識醸成を図りました。以降も、定期的に階層・役割別にコンプライアンス研修を実施しています。また、部署ごとにコンプライアンス・リーダーを選任し、リーダーを中心とした職場勉強会を行っているほか、グループイントラネットへ「コンプライアンス・ネット」を設置し、参考情報を掲載するなど、継続的に全社員への浸透・定着を図っています。2005年からは企業倫理綱領を実践する意識を毎年新たにするため、国内サントリーグループ全社員から「コンプライアンス誓約書」を取得しています。

個人情報保護

2004年4月に個人情報保護委員会を設置。個人情報保護法・ガイドライン等に基づき、e-ラーニング等による社員教育を実施するなど、グループ全体で個人情報保護に取り組んでいます。また、「プライバシーポリシー」を当社ホームページにて公表しています。

各部門、グループ会社で 主体的な活動を展開しています

コンプライアンスを日常業務の中で実践するために、各部門、国内・海外グループ会社ではそれぞれの課題に対応した独自の行動指針を策定・周知するなど、主体的な推進活動を行っています。

コンプライアンス浸透の状況を モニタリングしています

2004年8月から9月にかけて、サントリーグループの国内全社員を対象に「コンプライアンス浸透度調査」を実施し、対象者約12,000名の9割から回答を得ました。集計結果はグループ全体の推進活動に反映するとともに、各部門、グループ会社それぞれの結果を報告し、各職場での取り組みにつなげています。

社会に対し 適切な情報開示を行います

サントリーグループでは日ごろからコンプライアンス遵守を全社員に徹底していますが、それでも発生してしまった問題に関しては、適切な情報開示を行っています。

自主回収と再発防止措置

2004年には、以下の3件の自主回収を実施しました。

「なっちゃんグレープフルーツ&レモン(異物)」…………… 3月
 「上海碧他中国リキュール(添加物)」…………… 6月
 「サンタカロリーナ(表示)」…………… 11月
 それぞれに対し委託工場での品質管理体制の強化、原料規格の見直しをはじめとする原料品質保証体制の強化、輸入元の品質規格書の精度向上とロットごとの分析証明書添付の徹底、ラベル表示のチェック体制の強化など、各再発防止措置をとりました。また、品質保証委員会を中心に、継続的にグループ会社を含む品質保証体制の強化に取り組んでいます。

お客様情報の流出と再発防止策

2004年3月には、健康食品のモニターキャンペーンに応募されたお客様の個人情報、業務委託先の会社より流出したことが発覚。流出先が特定できたため、データをすべて消去および回収しました。さらなるセキュリティ対策を実施するとともに、委託先への指導、監督を徹底し、再発防止策の強化に取り組んでいます。

お客様や関係者の皆様には多大なご迷惑をおかけしましたことを深くお詫びいたしますとともに、信頼回復に向けて再発防止に努めてまいります。

企業倫理憲章

2003年 制定

サントリーグループで働く私たちは、
企業理念「人と自然と響きあう」を
胸に刻み下記の倫理的価値を遵守して、
担当業務に邁進します。

お客様、お得意様、
それをとりまく世界全体に対して、

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

企業が市民社会の信頼を得るためには、
役員および従業員一人ひとりが、市民と
しての自覚のもとに高い倫理観に従って
行動することが必要です。

私たちは、企業市民として、社会的な倫
理の遵守のうえに組織の意志決定を行
い、事業活動を展開していきます。

企業行動規範

2003年 制定

1. お客様の喜びと幸せに貢献できるよう、
安全で安心な質の高い製品やサービス
を提供します。
2. 法令を遵守し社会的倫理に則った活動
を進めます。
3. 公正で透明な事業活動を展開します。
4. よき企業市民として積極的に社会貢献
活動を行います。
5. 地球環境の保全・保護に積極的に
取り組みます。
6. 安全で働きやすい職場の確保に努めます。
7. 会社財産や情報等の適切な保全・管理
に努め第三者の権利を尊重します。

サントリーグループ企業倫理綱領

この綱領は、サントリーグループが社会の信頼を得るために私たち役員および従業員一人ひとりが、サントリーグループの企業理念を共通の志として事業に邁進するべく、企業倫理の観点から準拠すべき普遍的価値を「倫理憲章」として定め、これを誠実に実践するための行動基準を「行動規範」として制定したものです。

1. サントリーグループの企業理念

私たちサントリーグループは、企業活動の基本理念として、つぎの言葉を掲げます。

「人と自然と響きあう」

この言葉は、「人々のニーズに基づいた生活文化の豊かな発展と、その存続基盤である地球環境の健全な維持を目指して、企業活動に邁進し、人間社会に貢献する」という私たちサントリーグループの存在理由ならびに到達目標を表しています。

私たちサントリーグループは、「人と自然と響きあう」というこの企業理念のもと、よき企業市民として、優れた品質の製品やサービスをお届けし、世界の生活文化の発展に貢献していきます。

2. 企業倫理憲章

サントリーグループで働く私たちは、上記の企業理念を胸に刻み、下記の倫理的価値を遵守して、担当業務に邁進します。

お客様、お得意様、それにとりまく世界全体に対して、

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

企業が市民社会の信頼を得るためには、役員および従業員一人ひとりが、市民としての自覚のもとに高い倫理観に従って行動することが必要です。私たちは、企業市民として、社会的な倫理の遵守のうえに組織の意思決定を行い、事業活動を展開していきます。

変化が激しく既存のルールでは適用しがたい状況が増加する今日、企業倫理におけるこの普遍的価値の観点から、一人ひとりが日常の活動をあらためて振り返り、正しい意思決定や行動をすることが大切です。

3. 企業行動規範

1. お客様の喜びと幸せに貢献できるよう、安全で安心な質の高い製品やサービスを提供します。
 - A. お客様の声に誠実に耳を傾け、製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、心をこめた大きな価値を創造し、提供します。
 - I. お客様に製品情報を提供する場合には、製品表示や宣伝・広告も含め誤認や誤解のおそれのない正確な内容と適切で分かりやすい表現を心がけます。
 - U. お客様との誠実で透明なコミュニケーションを通じて、一層の満足と信頼をいただけるよう努めます。
2. 法令を遵守し社会的倫理に則った活動を進めます。
 - A. 国際社会の一員として関係各国の法令の遵守とともに、その文化・慣習・伝統を尊重し、高い倫理観をもって公正で透明な企業活動を行います。
 - I. 企業活動を進めるうえで、内外の政治・行政組織、関連団体、企業はもとより、いかなる法人、個人とも、法令や手続きに則って健全で透明な関係を保ちます。
 - U. 市民社会の秩序や安全に脅威を与える反社会的勢力・団体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。
3. 公正で透明な事業活動を展開します。
 - A. 取引先・競争会社との関係においては、不当あるいは不正な手段による利益追求を排除し、自由で公正な競争に基づいた企業活動を展開します。
 - I. 取引先の選定においては、第三者との取引を含む合理的で公正な比較・評価に基づいて行います。
 - U. 取引先等との接待や贈答品の授受については、公私のけじめを明白にして、健全な商慣習や社会的常識の範囲内で行います。
4. よき企業市民として積極的に社会貢献活動を行います。
 - A. 活動する地域での相互交流を深め、その生活文化の充実に寄与する社会貢献活動に努めます。
 - I. 施設の運営等を通じて文化や芸術をはじめ幅広い分野の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に対しても積極的な支援活動を行います。
 - U. 社会活動、ボランティア活動への参加を積極的に支援します。
5. 地球環境の保全・保護に積極的に取り組みます。
 - A. 地球環境を経営資源のひとつと認識して、環境保全に真剣に取り組み、自然との調和を図り、次の世代に持続可能な社会を引き渡すことができるよう努めます。
 - I. 商品・サービスの開発にあたっては、そのライフサイクルすべての段階で環境負荷に配慮します。
 - U. 環境マネジメントシステムを構築し、環境目的・目標を設定して環境保全活動に取り組み、継続的改善につなげます。
6. 安全で働きやすい職場の確保に努めます。
 - A. 個人の人権と人格を尊重し、あらゆる不当な差別や嫌がらせを排除して、公正な処遇がされる職場環境をつくります。
 - I. 健康的で安全・効率的な働きやすい職場環境を維持するとともに、メンバーが相互に率直なコミュニケーションを図れる、自由で闊達な職場風土の醸成に努めます。
 - U. 能力開発支援等により、従業員が仕事に誇りと責任を持ち、個性と自主性を発揮して業務に取り組み、ゆとりと豊かさを実現していく活力ある企業を目指します。
7. 会社財産や情報等の適切な保全・管理に努め第三者の権利を尊重します。
 - A. 有形・無形を問わず会社財産については所定のルール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。
 - I. 会社の秘密情報は厳重に管理し、在職・退職の如何にかかわらず第三者に開示や漏洩を行いません。また個人的な不正・不当利用も行いません。
 - U. 不正な方法でお客様・取引先等の秘密情報等を入手せず、また、業務上で知りえた秘密情報は正当な目的以外で使用しません。
 - E. 当社の知的財産権(特許権、商標権、著作権、育成者権(種苗法)等)の保全・確保に努めるとともに、第三者への権利供与の許諾等は、適正なルールに従って行います。
 - O. 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。

4. 運用体制

1. この綱領の制定および改廃は、コンプライアンス委員会の審議を経て取締役会が決定するものとします。
2. この綱領の主管部署はサントリー(株)コンプライアンス推進部(以下「コンプライアンス推進部」という)とし、この綱領に規定する事項の実施につき、関係各部門に対する助言・提言を行うものとします。企業行動規範に基づく具体的な行動基準は、部門等で個別に策定する行動指針や各種マニュアル類に従うものとします。グループ会社においては、この綱領に準じて各社内に必要に応じて主管部署ないしは推進体制を構築するものとします。コンプライアンス推進部はグループ各社における企業倫理の確立に関する事項について同様に助言や支援を行うものとします。
3. この綱領の遵守状況については、コンプライアンス推進部の実施する諸施策に加えて、コンプライアンス委員会により、必要な監査を実施します。
4. この綱領に反する、あるい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従業員は、上司を経由し、または直接に、コンプライアンス推進部に報告や相談をすることが求められます。この場合において報告・相談をした者は匿名性を保護されるとともに、そのことによってなんらの不利益を受けることはありません。この綱領に抵触する行為を行った場合は、その内容に応じて就業規則の罰則等の適用を受けることになります。
5. この綱領の内容、運用等についての疑義等がある場合は、コンプライアンス推進部に照会して下さい。

安全で心に響く商品とサービスをお届けするために

創業以来、サントリーグループは「お客様第一」の姿勢で品質に対する努力を続け、お客様の信頼をいただきながら、今日まで成長を続けてきました。より食品の安全性が求められている現在、品質は企業活動における最も重要な柱です。ますます高まるお客様のニーズにお応えするためには、「安全」であることに加え、企業の信頼を高め「安心」していただけることが大切です。そのために、研究開発、生産、物流、販売・サービス、そしてそれらの活動を結ぶ情報ネットワークなど、全社員が常に品質の向上を目指した取り組みを続けています。

サントリーグループ品質方針 「All for the Quality」を制定しました

サントリーグループでは、2004年3月にサントリーグループ品質方針「All for the Quality」を制定しました。この品質方針は、品質保証に取り組む姿勢を明らかにしたものであり、企業活動のもっとも基本となる命題です。全社員が「All for the Quality」のもと、品質保証への取り組みを実践しています。

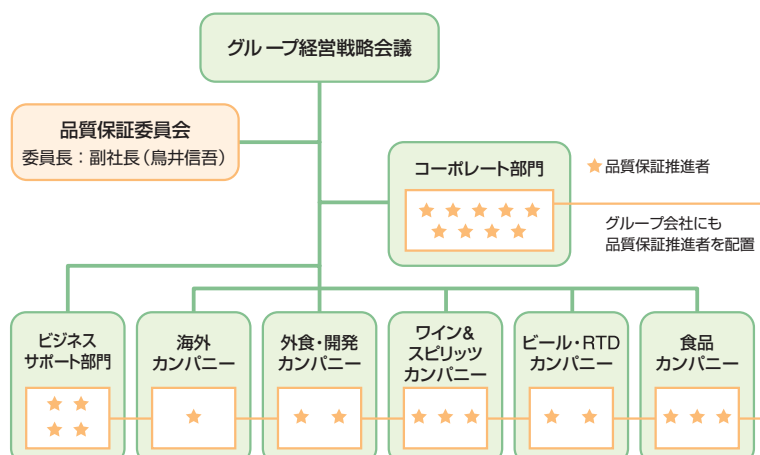


品質に対する意識を高めるために、品質方針を掲載したパンフレットをグループ全社員に配布

徹底した品質保証を グループ全社で推進しています

グループ全体の品質保証活動を統括する品質保証委員会を設置しています。各事業部とグループ各社に品質保証推進者を任命し、品質の重要性を社員一人ひとりに徹底しています。

■ グループ品質保証推進体制図



サントリーグループ品質方針

2004年 制定

All for the Quality

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

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. 安全性は全てに優先して徹底します。
5. 21世紀、グローバルな時代に、国際標準の考え方を活かして最高の品質を追求し続けます。

品質へのこだわり

商品の企画開発から原材料の調達、製造、物流・販売、お客様のお手元に商品が届くまでのすべてのプロセスで、品質保証に取り組んでいます。



原材料の調達

原料

高品質・安全性が確保できることを確認した取引先から原料を調達しています。原料メーカーから品質保証書を受け取り、関連法規への適合を確認するだけでなく、サントリー独自の「原料の安全性規格に関する指針」を制定・遵守し、安全性を保証しています。特に原料の安全性については、現地に出向き、履歴の確認や取引先の監査などを実施し、品質保証の強化を図っています。

水の品質保証

創業以来、事業活動の源泉たる「きれいな水」を守るため、水源の環境を保全し、水質の高さを守り続けています。また工場内で用いるすべての水(原水、中味水)について、食品衛生法はもちろん、水道法その他を参考にした約90項目について定期的に分析し、その安全性を保証しています。

烏龍茶葉の品質保証

中国福建省の茶産地を担当者が定期的に訪問し、茶葉の生育状況、病虫害の発生状況の把握から、できあがった茶葉の確認まで一貫した品質保証活動を行っています。常に高品質で安定した原料を維持確保できるよう、烏龍茶の茶師^{*}を養成するほか、福建省と共同で、農家に対して安全な茶葉作りのための指導を行っています。2004年には中国に分析センターを設立し、現地での品質保証活動を強化しています。さらに、日本国内へ輸入後も安全性を確認しています。

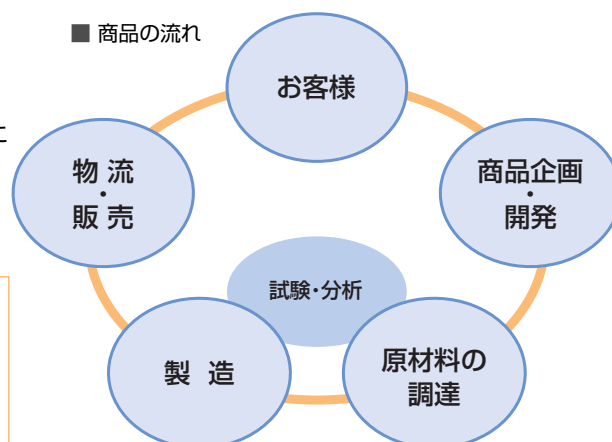
^{*} 日本人初の中国国家級資格として名誉茶師の称号を授与される。

果汁の品質保証

栽培地や搾汁地、加工地の現地確認、品質証明書の入手、さらに品種を指定したものについては原料作物の品種の証明書を入手して管理しています。原料作物に成分規格(残留農薬基準)がある場合は、それを果汁に準用して、基準に適合していることを分析試験成績書によって確認しています。

容器包装

最先端の分析・評価技術により、容器包装の安全性を確保しています。包材メーカーから「公的機関の分析成績書」を受け取り、関連法規への適合を確認するだけでなく、製品中味への溶出や中味成分の吸着の有無、ガス・光の透過性が中味に及ぼす影響の解析など、容器包装と中味・環境とのさまざまな関係を分析・評価しています。



生産地における茶葉の検査



購買担当者が現地にて確認



最先端の分析・評価技術を用いた解析

製造

製造工程

品質保証の国際的なしくみであるISO9001[※]やHACCP[※]の導入、トレーサビリティの推進などを通じて、製品の安全性を追求し、品質の向上を図っています。

※ ISO9001：国際標準化機構の制定した品質管理に関する国際規格
 ※ HACCP：国際的に広く認められている食品の衛生管理基準

徹底した品質管理

製造工場では、容器や中味への異物混入、傷・もれなどの異常がないかを、最新機器により厳重に検査しています。また、製品の状態を定期的に目視や測定器、官能検査などで人がチェックし、すべての作業を記録・管理することで、より安全な製品づくりを行っています。



官能検査を行い、香味や品質に異常がないかをチェック

試験・分析

試験・分析体制

分析科学センター、微生物科学センター、安全性科学センターを設置し、原料、工程、製品、ご指摘品などの分析や、安全性の評価を行っています。残留農薬、食品添加物、アレルギー原因物質や遺伝子組換え食品などのさまざまな安全性問題に対して、常に先取り対応できるよう、社外ネットワークによる情報の蓄積・整備とともに、最新の評価技術手法の開発・導入も行っています。



異物分析や原料、包材のチェックなどに使用する電子顕微鏡

物流・販売

飲用時品質保証

よりおいしい状態でお飲みいただくために、樽生をお取り扱いの飲食店様に対しては、お取り扱い時に必要な知識やサービスの仕方、実技などを交えた「ドラフトセミナー」を実施しています。セミナー受講後、特に優れた管理・サービスを実施されている飲食店様には「樽生の達人の店」の認定証を発行しています。また、全国約200名のドラフトアドバイザーが、飲食店様を定期的に訪問し品質管理をサポートするなど、お客様によりおいしい状態の生ビールを味わっていただくための取り組みを行うほか、「樽生コールセンター」を開設して、休日・深夜を問わずご相談を受け付ける体制を整えています。



「樽生の達人の店」認定証

■ ISO9001認証取得

[国内] 山崎蒸溜所、京都ビール工場、利根川ビール工場、大阪工場、梓の森工場、登美の丘ワイナリー、武蔵野ビール工場
 [海外] ルイ ロワイエ(フランス)、江蘇サントリー(中国)、上海サントリー梅林食品(中国)、セレボス・パシフィック(タイ、台湾、中国、マレーシア)ほか

■ HACCP(総合衛生管理製造過程)承認

千歳工場、利根川ビール工場、白州水工場、木曾川工場、高砂工場、榛名工場、サントリー食品工業(株)多摩川工場、日本ペプシコーラ製造(株)羽生工場、ハーゲンダッツジャパン(株)群馬工場

トレーサビリティ

製造前の原料から、製造、出荷、お客様にわたるまでをトレース(追跡)できるようにしていく「トレーサビリティ」への取り組みの重要性が日増しに高まっています。サントリーは1997年から、「モノと情報の一体化による現場管理」をキーワードに、QRコード[※](2次元バーコード)を利用したトレーサビリティシステムを導入しました。これにより、原材料～製造～出荷先の情報基盤整備を行い、素早く原料、製造履歴を遡及、また出荷先が追跡可能な体制を整えています。
 ※ QRコードは(株)デンソーウェブの登録商標です。

製品の表示

専門部署がすべての製品表示を「表示原稿チェックシート」などを使用し、関連法規・関係基準への適合を確認しています。容器への表示や宣伝・広告の表現も含め、誤認や誤解のない正確な内容とお客様にわかりやすい表現を心がけています。

アレルギー表示と原材料

すべての原材料について、特定原材料等(25品目)由来の原材料の使用状況を調査し、アレルギー表示の要否を確認しています。

誤認飲酒防止のための表示

缶蓋に「おさけです」を表示し、誤認飲酒を防止

点字で「おさけ」と表示

「酒マーク」による誤認飲酒防止

妊産婦飲酒の注意表示例

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。



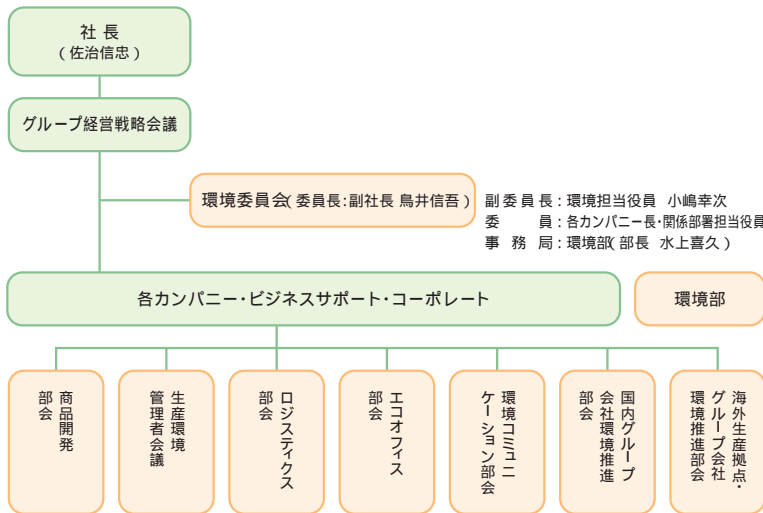
PL(製造物責任)

製品の品質ならびに表示に係るPL法への対応に関しては、複数の関係部署が審査を行っています。特に、販促物品の品質に関しては、品質保証部、包材部、お客様コミュニケーション部、法務部などで構成されるPLチームによって、アイテムの選定から設計、製造、検品に至るまで、PL面、品質面等の審査を行います。

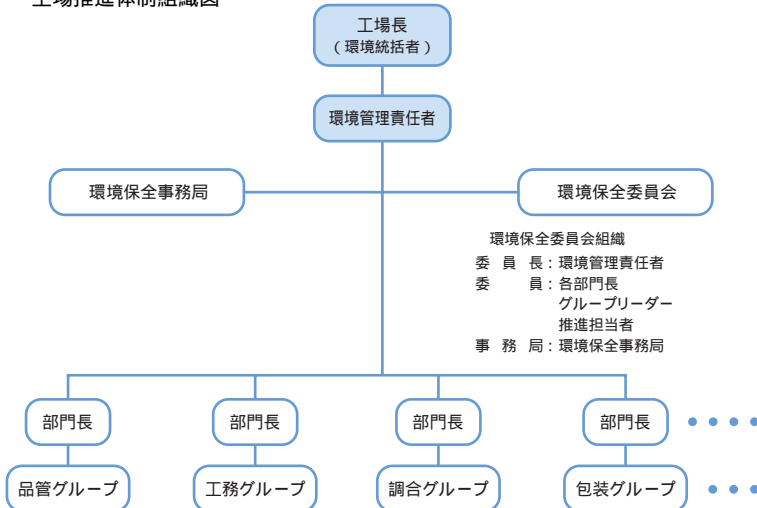
サントリーグループ一体となった環境経営を推進しています

グループ環境戦略についてはグループ経営戦略会議で、年度環境方針・環境課題・活動計画等は環境委員会で決定しています。また、サントリーおよびグループ会社の各工場ではISO14001の認証を取得し、環境保全委員会を中心に継続的改善の体制を整えて活動を推進しています。

グループ環境経営推進体制図(2005年4月現在)



工場推進体制組織図



環境マネジメントシステムを構築しています

国内外の工場ではISO14001の認証を取得

サントリーでは、環境マネジメントシステム(Environmental Management System:EMS)の構築に取り組んでいます。EMSの国際規格であるISO14001の認証はすでにサントリー主要12工場※・国内グループ会社3工場および海外グループ会社6工場で取得、また、一部販売系のグループ会社でも取得しています。ISO14001認証取得工場では、内部環境監査員の拡充だけでなく、内部環境監査への工場間相互参加などにより質の向上も図っています。

2003年7月竣工の九州熊本工場においては2005～2006年に認証取得予定

サントリー環境基本方針 1997年 制定

サントリーは、地球環境の保全が人類共通の最重要課題の一つであることを認識し、1992年に定めた「サントリー環境行動指針」をもとに、1997年に「サントリー環境基本方針」を制定(2001年12月改定)しました。この方針は、サントリーグループすべての事業活動における基本的な考え方となっています。

基本理念

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

行動指針 1992年 制定

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

ISO14001認証取得工場・グループ会社

年度	国内	海外
1998	・利根川ビール工場	
1999	・武蔵野ビール工場	
2000	・多摩川工場(2002年閉鎖) ・白州蒸溜所&水工場・木曾川工場 ・高砂工場・大阪工場	・ボウモア蒸溜所(イギリス)
2001	・道明寺工場(2004年閉鎖) ・登美の丘ワイナリー・山崎蒸溜所 ・千歳工場・京都ビール工場 ・梓の森工場・榛名工場	・セレボスタイランド ・セレボス台湾
2002	・近畿ペプシコーラ販売(株)	・オーヘントツジャン蒸溜所(イギリス) ・グレンゲリー蒸溜所(イギリス)
2003	・日本ペプシコーラ製造(株) ・カンバズ(株) ・サントリー食品工業(株) 宇治川工場 (株) ダイナックス(三ホサービスエリア)	・三得利ビール(中国)
2004	・中国ペプシコーラ販売(株) ・南九州ペプシコーラ販売(株)	

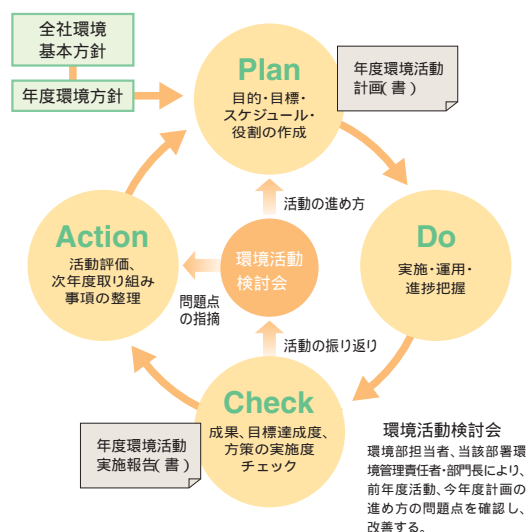
内部環境監査員実務経験状況の推移

	2003年 3月末	2003年 12月末	2004年 12月末
内部監査リーダー 実務経験者	26	30	37
内部監査 実務経験者	111	128	148
内部監査 実務未経験者	93	92	69
内部監査員 登録者数計	230	250	254

非生産部門などでは、簡易EMSで継続的を図っています

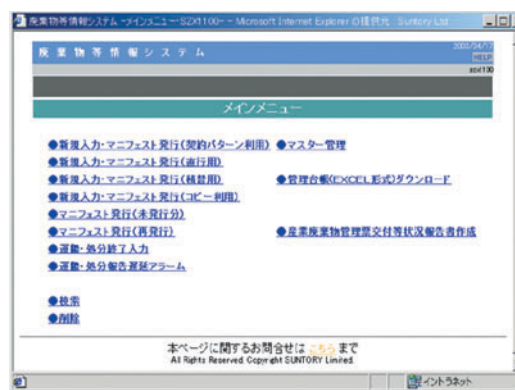
ISO14001の認証を取得していない部門やグループ会社でも、毎年、環境活動計画を作成し、ISO14001規格の一部を簡易化した独自の簡易EMSによりPDCAサイクルを回しています。環境部と当該部署の環境責任者による「環境活動検討会」を実施し、活動実績・計画の問題点等を確認して是正しています。

簡易EMS概略図



環境リスクマネジメントを徹底しています

サントリーでは、法律より厳しい自主基準やガイドラインを設定し、環境リスク対策に取り組んでいます。当社製品の主要な原材料は自然の恵みの農産物と水ですので、原材料に由来する環境リスクは他の産業に比べ小さいと考えられます。しかし、工場では燃料や工程の洗浄・殺菌用の薬品も使用しますので、通常の運転状況におけるリスクだけでなく、異常・緊急事態を想定して発生するリスクを評価し対応策を取り決め、対応訓練を定期的実施しています。また、リスクが高いと評価した作業には有資格者を配置して特別の教育を実施し、想定外のトラブルが発生した場合は、その都度リスク評価を見直して改善を図っています。



サントリーが開発・導入した「廃棄物等情報システム」

具体的な環境リスク対策

大気汚染防止

工場ごとに法律より厳しい自主基準を設定してボイラー等からの排出ガスを管理しています。2004年度はいずれも法律の規制値内でしたが、1工場で2件(ばいじんおよびNOx)の自主基準超過がありましたので、それぞれ黒煙対策工事、NOx除去用の蒸気混入装置の改善を行い、今後の発生の防止を図りました。なお当社では、いおう含有量の少ない燃料への転換や低NOxバーナーの採用などにより、SOx、NOxの排出削減に努めています。

水質汚濁防止

工場ごとに法規制より厳しい自主基準を設定して排水を管理していますが、2004年度に1工場でCODの自主基準超過がありました。冬季の嫌気性排水処理の微生物の活性低下が原因と判明しましたので、急速、嫌気性微生物を追加して性能を回復しました。また、1工場で規制値超過がありましたが、詳細は「苦情・事故・訴訟」の項を参照ください。なお、当社工場の排水は、原料農産物に由来する植物性の有機物質が主成分ですので、微生物を利用する活性汚泥法または嫌気醗酵法等の排水処理設備によって、適正に浄化処理して河川または下水道に放流しています。

土壌汚染対応

当社製品の主要な原材料は農産物と水です。また、分析用試薬等の化学物質は適正な管理下で使用していますので、土壌汚染を引き起こすことはないと考えていますが、2002年5月の土壌汚染対策法成立を機に、土壌汚染対策(化学物質管理・土壌汚染調査)の考え方を整理して、独自の「土壌汚染対策ガイドライン」として作成し化学物質管理を再徹底しています。なお、多摩川工場(2002年4月閉鎖。跡地は現在当社商品開発センター)跡地の一部で使用履歴のない物質について川崎市条例基準の超過が発見されたため、市の指導のもと汚染を除去しました。

地下水汚染対応

農産物と水が主要な原材料であり、地下水汚染を引き起こす可能性のある分析用試薬等の化学物質は適正な管理下で使用していますので、当社が汚染を引き起こすことはないと考えていますが、前述の「土壌汚染対策ガイドライン」に基づいて化学物質を管理し、地下水汚染防止についての管理水準の向上を図っています。なお、製品の中味に使用する水の質は当社生産活動の最重要管理項目ですので、1960年代から当社の分析科学センターで定期的に分析し、異常のないことを確認しています。

アルコール蒸散対策

ウイスキーの貯蔵工程からのアルコール蒸散に対しては、環境負荷の低減のために、貯蔵庫の密閉化や回収機器の設置などの対応策を順次実施してきており、今後も継続して取り組んでいきます。

化学物質管理

当社では「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(PRTR法)」、「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1月制定)」に基づいて化学物質を管理しています。

1トン以上のPRTR対象物質の取扱量

年度	事業所	化学物質名	用途	取扱量(トン)
		2002年度	アセトニトリル	
		ジクロロメタン	試薬	2.4
2003年度	(該当なし)			
2004年度	研究センター	アセトニトリル	試薬	1.8

注1:集計期間(年度)は当年4月～翌年3月

注2:この集計データの集計範囲はサントリー単体です。

廃棄物適正処理管理

廃棄物の適正処理管理も重要です。当社では、マニフェスト制度の遵守と廃棄物等の情報の一元管理を目的とした「廃棄物等情報システム」を1999年に開発しました。マニフェストの交付/返却を管理するこのシステムは、グループ会社3社・4事業所を含む23事業所で利用し、工場ではISO14001のEMSにも組込んでいます。また、廃棄物の適正処理の徹底のため、処理委託基準、マニフェスト制度等を解説し、業者の定期訪問・処理状況の現地確認まで言及した「廃棄物適正処理ガイドライン」を発行(2003年)し、2004年には契約書作成のチェックリストを兼ねた「産業廃棄物処理委託契約書作成の手引き」を作成しました。

なお、PCB使用機器の使用・保管の状況は次の通りです。

PCB使用機器の保管数(2005年3月現在)

	保管中	使用中
	コンデンサ	88台
変圧器	2台	0台
照明器具安定器	1,740個	0個



PCB廃棄物の保管容器

注:保管中の変圧器2台は微量のPCBを含むものです。

これらのPCB廃棄物は廃棄物処理法に従って適正に保管し、また、PCB特別措置法に基づいて、自治体に保管状況を届出しています。今後は、国内で進んでいる処理施設の整備状況を確認しつつ、適正に処置していきます。

苦情・事故・訴訟

2004年度に受けた工場近隣からの5件の苦情(いずれも騒音)は、騒音の少ない工法の採用、日曜日の作業中止など、迅速に処置しました。事故は1件で、8月に利根川ビール工場において、放流水のpHが規制値(5.8~8.6)を超えてアラームが発報しました。すぐに放流を停止するとともに最大pH8.66の排水約58m³の流出が推定されたため、地元自治体に報告し、直ちに下流域のpH調査を実施しましたが、規制値内で河川に異常は認められませんでした。原因はサンプル吸入口への藻類の付着によるpH調整設備の不調と判明しました。再発防止のため サンプル供給ラインの定期清掃 サンプル供給の目視確認 pH計のアラーム発報上限値の変更(8.5→8.3)を実施しました。

なお、環境問題に関する訴訟は発生していません。



「社会」との共生

社会にとっての「水」になりたい

サントリーの事業は、さまざまな人々、社会によって支えられています。

水があらゆる生命の渇きを癒し、輝きを与えるように、
サントリーも、社会に潤いをもたらす「水」になりたい。

そのような願いから、

より良い商品・サービスの提供はもとより、

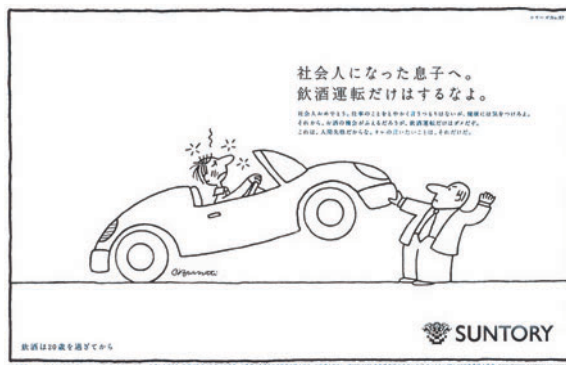
より豊かな生活文化への貢献を目指して、

さまざまな社会・文化活動にも取り組んでいます。



お酒と正しくお付き合いいただくために

お酒は古くから「百薬の長」と言われる一方、過度の飲酒や誤った飲酒にはさまざまな問題があることも事実です。お客様にお酒に対する正しい知識・飲み方をご理解いただくために、サントリーでは1991年に、ARP(Alcohol-Related Problems: アルコール関連問題)委員会とARP事務局(現ARP-UD室)を設置。「モデレーション広告」の展開、「イッキ飲み防止キャンペーン」への協力などを通じて、アルコール関連問題の予防と適正飲酒の啓発活動に取り組んでいます。また、専門医と協力して飲酒が人体に及ぼす影響についての研究を行い、アルコール医療の発展に協力しています。



適正飲酒を訴求するモデレーションキャンペーン



適正飲酒パンフレット



「イッキ飲み防止キャンペーン」にも継続して協力しています

独自基準や専任部署を設け、アルコール関連問題について社内で厳しくチェックしています

1976年に「サントリー宣伝コード」を制定し、飲酒に関連した広告について独自の基準を設けて厳しく自己規制しています。また専任部署ARP室の設置により、1991年から不適切なマーケティングをなくすための事前チェック、社内外の啓発活動を実施しています。国内の酒類メーカーで、アルコール関連問題を専門に取り扱う部署を持っているのはサントリーだけといわれています。2002年には「適正飲酒のためにーサントリーの基本理念・行動指針」を制定しました。また、業界団体の一員としての活動では、マーケティング自主基準の見直しや社会への訴えかけの検討もしています。例えば、2004年からの「妊産婦飲酒への注意表示」の開始や未成年者飲酒者防止に向けた中高生へのポスター・標語募集キャンペーン、新聞雑誌での啓発広告の実施などに参画しています。

「適正飲酒パンフレット」を発行し、啓発に取り組んでいます

酒は古くから「百薬の長」と言われ、適量でさえあれば健康にプラスに働き、人間関係の円滑化にも役立ちます。また、適量の飲酒により死亡の相対的リスクが下がるという科学的データも発表されています。しかし、過度の飲酒・誤った飲酒によりさまざまな問題が引き起こされていることも事実です。そのため、サントリーではアルコール関連問題の予防・防止、「適正飲酒」の啓発活動に積極的に取り組んでいます。

啓発活動の一環として、1993年にお酒の正しい知識・飲み方を分かりやすくまとめた小冊子「適正飲酒パンフレット」を業界で初めて作成しました。全国の保健所などにご紹介し、活用していただいています。また、小冊子とほぼ同内容をホームページにも掲載し、啓発に努めています。

適正飲酒のためにーサントリーの基本理念・行動指針

2002年 制定

基本理念

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

1. アルコール飲料の持つ致酔性、依存性が、身体的、精神的、社会的な問題を引き起こすことを認識し、アルコール関連問題の予防をめざします。
2. 体質の違いや身体の状況、飲酒に対する考え方の違いが尊重されるより良い飲酒環境の形成をめざします。
3. 節度をわきまえた適度な飲酒(適正飲酒)は、心身の健康に役立ち、人間関係の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、その正しい付き合い方についての知識の普及に努めます。

行動指針

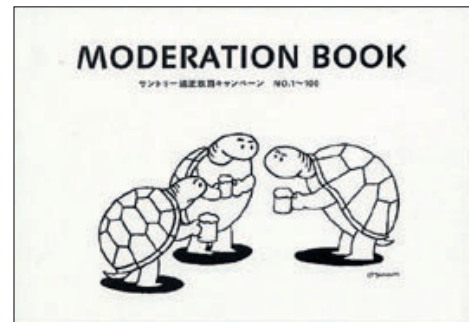
1. 飲酒に関する正しい知識の啓発に努めます。
2. 社会活動に積極的に協力します。
未成年者飲酒防止
イッキ飲み防止
飲酒運転防止など
3. 法令、当社ならびに業界自主基準を厳守します。
4. アルコールと健康に関する医学研究に自ら取り組み、また、支援します。

新聞全国紙で モデレーションキャンペーンを展開中です

モデレーションとは「ほどほど」あるいは「中庸」という意味です。1986年から業界で唯一の「酒は何よりも適量です」というメッセージを盛り込んだ「モデレーション広告」を年5～6回、全国紙で展開し、適正飲酒の大切さを訴え続けています。2002年には、このキャンペーン活動が高く評価され、第22回新聞広告賞「広告主企画部門優秀賞」を、2003年にはこのモデレーション広告のポスターが「第56回広告電通賞ポスター部門」で広告電通賞を、また2003「第43回消費者のためになった広告コンクール」新聞広告部門Aブロック(企業PR)金賞を受賞するなど、各方面から高い評価をいただいています。



「モデレーションキャンペーン」コースター



100回を記念してこれまでの広告集を発行

「イッキ飲み防止キャンペーン」 に協力しています

イッキ飲みでご家族を亡くされたご遺族の方が中心となって結成された「イッキ飲み防止連絡協議会」が実施している「イッキ飲み防止キャンペーン」の趣旨に賛同し、1993年の第1回キャンペーンより継続して無償でポスター・チラシ・ノベルティーなどのデザイン製作に協賛しています。

アルコールが体に及ぼす影響について、 専門医と協力して研究に取り組んでいます。

サントリーは「アルコールと健康研究会」を主催・運営することにより、飲酒とその人体への影響について、専門医と協力して研究に取り組んでいます。また、アルコール医療の専門病院とも研究委託契約を結び、アルコール医療の発展に協力しています。



1999年度



2001年度



2002年度



2005年度

「適正飲酒のひろがりをお願い」

サントリーは総合酒類企業として、人々と酒の関わりのあるかたに早くから目を注いできました。人々に潤いをもたらす酒本来の役割が歪められることは極めて不本意です。そのため1986年、業界に先駆けて「適正飲酒」を訴える広告を開始し、専門部署を設けました。この活動に終わりはないと考えています。



サントリー(株)
ARP-UD室室長
高梨 健

お客様にやさしい商品・サービスを目指して

ユニバーサルデザイン(UD)とは、年齢・性別・身体能力に関わらず、できるだけ多くの人が利用できるように配慮されたデザインです。サントリーは2000年に「ユニバーサルデザイン基本方針」を制定。UD室を設置して、全社的な展開を開始しています。

商品開発でのユニバーサルデザイン



ボトル胴部に凹み(フィンガーポケット)があり、凹み部分に指がしっかりと収まります。

持ちやすく、注ぎやすく、リサイクルしやすい
「天然水 南アルプス」

「フィンガーポケット」の採用で持ちやすく、肩部の形状の工夫で注ぎやすく、ロールラベルの採用でリサイクルしやすいボトルができました。



中味が識別できる
「点字入りワインボトル」



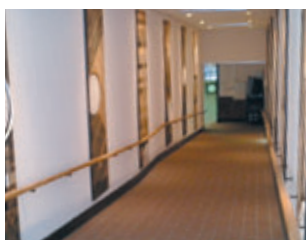
手にやさしく、取り出しやすい
「波形カット」ダンボール

お客様の声からアイデアは生まれます

ユニバーサルデザインに対する取り組みの基本となるのはお客様の声です。お問い合わせやご要望に真摯に耳を傾けるとともに、さまざまなモニター調査を実施し、サントリーらしいユニバーサルデザインの実践に取り組んでいます。

工場の見学施設でもさまざまなお客様に対する配慮を行っています

年間約100万人のお客様が見学に来場される工場で、見学コースのバリアフリーの推進や、展示の説明を分かりやすくするなどの改善を進めています。また、耳や言葉が不自由な方のために簡易筆談器の用意や、手話で簡単なご挨拶や緊急時の誘導ができるような体制を整え、お客様をお待ちしています。



見学路の階段はゆるやかなスロープに改良しました(山崎蒸溜所)

お台場新オフィスでも各所にユニバーサルデザインの工夫をしています

2005年1月に竣工したサントリーのお台場新オフィスについても設計段階から、ユニバーサルデザインの配慮をしています。最寄り駅からの動線のバリアフリー、1F多目的トイレにはオストメイト(人工肛門・膀胱使用者)の方のための設備も完備し、事務所フロアにも全階に車椅子対応のトイレを設置するなど、各所にユニバーサルデザインの工夫をしています。

サントリーユニバーサルデザイン基本方針

2000年 制定

お客様の求める多様なニーズに応えるため、“全ての人とやさしく響きあいたい”という全社的理念のもと、社員の一人一人がユニバーサルデザインに取り組み、これを積極的に推進する。

- 原則1: 必要な情報が、見やすく、識別しやすく、理解しやすいこと。
- 原則2: 少ない力で楽に使用できるなど、身体的負担が出来るだけ小さいこと。
- 原則3: 物理的、化学的に安全・安心で、うっかりミスが直ちに危険につながらない配慮(フルプルーフ設計や、フェール・セーフ設計)がなされていること。
- 原則4: 誰にでも公平に使用・利用出来、差別感や屈辱感が生じないように配慮すること。
- 原則5: アクセスしやすいスペースと大きさを確保すること。
- 原則6: 使い手にとって「やさしく、美しい、魅力あるデザイン」であること。

「人にやさしい社会をめざして」

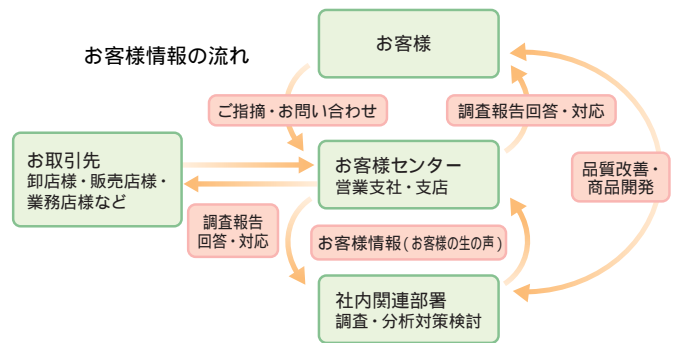
サントリーは「人と自然と響きあう」という企業理念のもと、人が日々輝き続けることを目指して、商品・サービスはもとよりオフィス、文化施設や見学工場においても、「すべてのお客様にやさしい」ユニバーサルデザインをたゆまず推進していきます。



サントリー(株) ARP-UD室 課長 田中 明

お客様に信頼され、喜んでいただくために

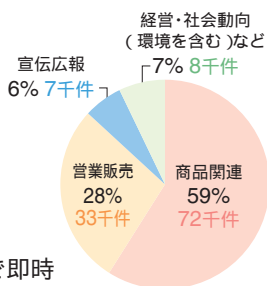
お客様により良い商品・サービス・情報が提供できるよう、サントリーではお客様との双方向コミュニケーションを大切にし、お客様の声を企業活動に反映させるように努めています。そのために、1976年にいち早くお客様からのご相談窓口「消費者室」(現・お客様コミュニケーション部)を設置し、お客様の声をお受けする接点として体制を整えてきました。



お客様とのダイレクトなコミュニケーションを大切にしています

年間12万件にもものぼるお電話やメールなどのお客様からのお問い合わせに、真摯に耳を傾け、的確にお応えできるよう努めています。

お客様センターへのお問い合わせ(2004年実績)



お客様の声を商品やサービスに活かしています

お客様から寄せられたさまざまな声は、全社で即時に情報共有ができるサントリー独自の情報システム<HarmoniCS>に蓄積、分析、提案することにより、積極的に事業活動に反映させています。

HarmoniCS =ハーモニクスとは、Harmony(お客様と響きあう)とCustomer Satisfaction(お客様満足)を合わせた造語で、日々寄せられる声を全社で共有し、一層お客様志向を高めていこうとする仕組みです。

お客様のお役に立てる情報を提供しています

ホームページやメールマガジンを通じてお客様への情報提供とともに、投稿欄でのツイッターコミュニケーション、小中学生の子どもたちに「お茶の世界」など飲み物の知識を分かりやすく紹介したデスクトップミュージアムも運営しています。



デスクトップミュージアム
<http://suntory.jp/DESKTOP/>

ご意見・お問い合わせはこちらからも承っております。

フリーダイヤル: **0120-139-310**

受付時間: 月～金曜日の午前9:00～午後7:00、土曜日の午前9:00～午後5:00(日・祝日を除く)

メールアドレス: **webmaster@suntory.co.jp**

メール拝見時間: 月～金曜日の午前9:00～午後5:00(土日祝日を除く)

残念ながら、いただいたメールすべてにはお返事を差し上げられない場合がございます。あらかじめご了承ください。

お客様センターホームページアドレス: <http://suntory.jp/CUSTOMER/>

サントリーではお客様対応の行動規範として、「苦情対応マネジメントシステム」に則った「お客様対応規定」を制定(2002年)。お客様対応に関する積極的な取り組みと責務を明確にし、イントラネット掲載により社内にも周知徹底を図っています。

お客様満足のための基本方針 1999年 制定

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

お客様センターの行動指針 1999年 制定

1. お客様からのお問い合わせ・ご指摘等に対して、迅速かつ適切に、真摯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。

お客様の声を活かしました

栄養成分に関するお問い合わせは年々増加しています。こうしたお客様の声を活かし、缶ビール・発泡酒・チューハイに栄養成分を表示しました。

栄養成分(100mlあたり)	
エネルギー	42kcal
たんぱく質	0.4~0.6g
脂質	0g
糖質	3.1g
食物繊維	0~0.1g
ナトリウム	0~7mg

モルツの表示部分の写真

お客様とともに環境を考えていきたい

サントリーは、社会・環境活動を広くステークホルダーの皆様にご理解いただくために、ニュースリリースやホームページでのご紹介、環境広告の展開のほか、イベントやダイアログ開催など、さまざまな機会を通じてコミュニケーションを行っています。

【ステークホルダーダイアログ】

サントリーはステークホルダーの皆様との対話を大切にしています。各種ダイアログに加え、ホームページの専用アドレス「エコメール」、レポートやホームページのアンケート、お客様コミュニケーションセンターへのお問い合わせなど、さまざまな形で皆様のご意見を頂戴し、目標・活動の改善に活用させていただいています。

ステークホルダーダイアログ：企業活動に直接的・間接的に関わるすべての皆様との対話・意見交換

2004年度の代表的なステークホルダーダイアログ開催事例

開催日	内容	主な参加者	人数(名)
1/29	第2回サステナビリティボード	環境・社会・企業の有識者	9
2/28	水源かん養活動、生態系保護、次世代教育	消費者、NPO、企業他	200
3/14	容器リサイクル	消費者、NPO他	120
3/22	企業の環境経営	埼玉県内高校	200
8/3	グリーン購入の現状	自治体	50
10/20	阿蘇におけるサントリーの水源かん養活動、次世代教育	消費者、NPO、企業他	300

【環境広告】

2001年から「地球環境そのものがサントリーの大切な経営資源」という活動ポリシーを伝える環境広告を展開しています。2004年は、「天然水の森」での水源かん養活動や、「森と水の学校」などをテーマにシリーズ広告を行いました。

【環境レポート】

サントリー環境基本方針に基づいた継続的な取り組みをレポートにまとめ、1998年から毎年発行しています。2005年よりCSRレポートとして公開しました。

レポートの発行部数

年度	レポートの種類	発行部数	ページ数
1998	環境レポート	10,000	24
1999	環境レポート	10,000	28
2000	環境レポート	12,000	36
2001	環境レポート	25,000	52
2002	環境レポート	30,000	54
2003	環境レポート(詳細版)	15,000	64
	Ecoshipレポート(ダイジェスト版)	30,000	20
2004	サステナビリティレポート	WEBのみで発行	78
	Ecoshipレポート	30,000	42

【ホームページ】

「サントリーエコシップ〈環境活動への取り組み〉」で環境活動を紹介しています。また、専用の電子メールアドレスでステークホルダーの皆様と双方向コミュニケーションを図っています。

環境教育の支援教材 「エコキッズノート」発行

小学校での環境学習向けの教材として、「エコキッズノート」を発行。環境問題について学ぶだけでなく、自分たちにもできる地球環境を守るための日常的な行動も掲載し、おさらい型のクイズや自分の生活のエコ度をチェックする「エコチャレンジシート」も挿入しています。すでに6万部を発行し全国の小学校などで活用されています。




環境広告



<http://suntory.jp/ECO/>

ホームページからアクセスできる専用の電子メールアドレス (eco@suntory.co.jp) もあります。

環境イベントや工場見学でも コミュニケーションを図っています

エコプロダクツ2004（12月9日～11日・東京）

国内最大級の環境関連イベント「エコプロダクツ2004」(総来場者数約12万4,900人)に出展しました。サントリーは、1999年の第1回から毎年出展しています。水を育む森をイメージしたブースで小学生にも分かりやすいパネル、実験、クイズを行いました。たくさんの皆さんに来場いただき、会場で最も活気のあるブースの1つとなりました。

エコ・ブルワリーツアー

環境に調和したビール工場(エコ・ブルワリー)の環境保全の取り組みを紹介する特別な工場見学です。通常は見ることのできない工場の裏側もご案内しています。一般の方を対象としており、大変分かりやすいとご好評をいただいています。



エコ・ブルワリーツアー

工場イベント

夏休みには、次代を担う子どもたちに楽しみながら環境への取り組みに触れていただく「夏休み親子見学会」を工場で開催しています。副産物・廃棄物の100%再資源化やリサイクル、節水などの取り組みを紹介し、ご家族で環境について考えていただける内容としています。

また毎年、地域の皆様に日頃の感謝を込めて、工場を1日開放するファミリーフェスティバルを開催しています。ここでも環境コーナーを設置し、環境活動をご覧いただいています。

お客様向けパンフレット

サントリーでは、地域の皆様やお客様に向けて、パンフレット「あなたにもできるグリーン購入」を作成しています。工場見学のお客様にお渡しし、身近なエコ活動にご活用いただいています。



エコプロダクツ2004



親子見学会



「あなたにもできるグリーン購入」パンフレット

風の子ガーデニング

サントリーフラワーズ(株)は、2000年から全国100校の小学校を対象にサフィニアの花苗を寄贈し校内美化、環境教育、地域交流などに活用いただく「風の子ガーデニング」を行っています。今年で6年目を迎えるこの活動は、参加校から「身近な自然体験」、「花を通じて地域との交流が進み、地域に貢献できた」、「花を育てることを通して命の大切さやはかなさを知り、やさしさや愛情を注ぐことを体験できた」などの報告をいただいています。



参加校の活動風景

社員を大切にし、社員に応える企業でありたい

企業にとって最も大切な資源(財産)は言うまでもなく「人」です。それゆえ、サントリーは、社員を大切にし、社員に応える企業でありたいと考えています。

サントリーでは「一人ひとりが自立したプロフェッショナルとして、やってみなはれ精神のもと、新たな価値を生み続ける集団」となることを目指しています。また、社員それぞれが能力を最大限に発揮できるよう、いきいきと安心して働くことができる環境づくりに取り組んでいます。

人事の基本的な考え方

やってみなはれ

サントリー創業当時から脈々と流れるベンチャー精神「やってみなはれ」を受け継ぐ人材の発掘・育成に努めています。

少数精鋭、適材適所

「仕事が人を成長させる」という考えのもと、社員の採用にあたって少数精鋭で臨んでいます。また各人がその能力を最大限に発揮できるよう、キャリアデザイン制度や自己申告制度を設け、本人の希望も尊重しながら適材適所に配置することを基本としています。

実力本位

社員自身が自分のキャリアプランを考えて実現のために努力し、獲得した実力に基づいて配置し、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しています。成果を結果だけでとらえるのではなく、それに至るまでのプロセスを重視し、個々の社員の成長を目指しています。

従業員の状況

サントリーの正社員数(出向者を含む)は、2004年12月末日現在、男性3,896人、女性860人の計4,756人です。また、嘱託及びアルバイト(短期は除く)等の契約社員は335人です。

2004年度の退職者(役員就任者を除く)は、184人(離職率:3.9%)でしたが、そのうち112人は、自由選択定年^{*}を含む定年退職者でした。一方、新卒採用118人、経験採用77人の計195人が入社しています。

役員および社員数
(2004年12月31日現在)

	男	女	計
役員	33人	0人	33人
マネジャー相当職	1,414人	42人	1,456人
メンバー相当職	2,482人	818人	3,300人
社員計	3,896人	860人	4,756人
嘱託等	133人	202人	335人

障害者雇用の状況

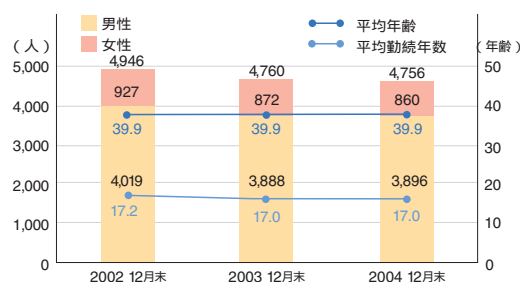
障害者の在籍者数は68人(うち重度障害者26人)、雇用率は1.84%で、法定雇用率(1.8%)に達しています。ハローワーク等を通じた採用に加え、当社のホームページやインターネットによる障害者就職情報サイトにおいても求人活動を進めています。これからも積極的に障害者を採用していきます。

就業の状況

サントリーの一般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。残業や有給休暇を考慮した2004年の年間総実労働時間は、2,010時間でした。

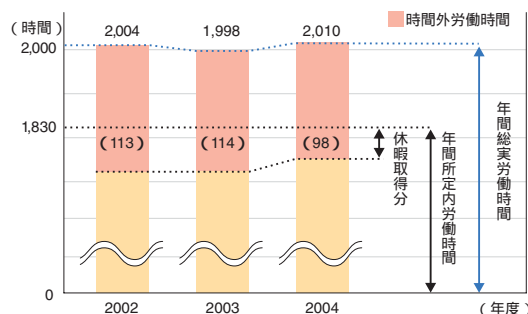
社員一人ひとりが生き生きと働ける風土づくりを目指し、健康増進と過勤削減を柱とした「いきいきワーク運動」を2003年に労使で立ち上げました。サービス残業禁止の徹底はもちろんのこと、早帰りデーの設定、休暇取得の促進などに継続して取り組んでおり、今後は業務の抜本的な見直しによる効率化を図り、生き生きと働ける職場の実現に向けて一層の努力をしていきます。

社員数の推移



通常は60歳定年。但し、勤続20年以上かつ満45歳以上の者がサントリーを離れて第2の人生を歩むための自己都合退職は、自由選択定年として取扱い。支援金等の支給あり。

年間総実労働時間の推移



チャレンジする人が活躍できる人事制度を構築しています

「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」となるためには、

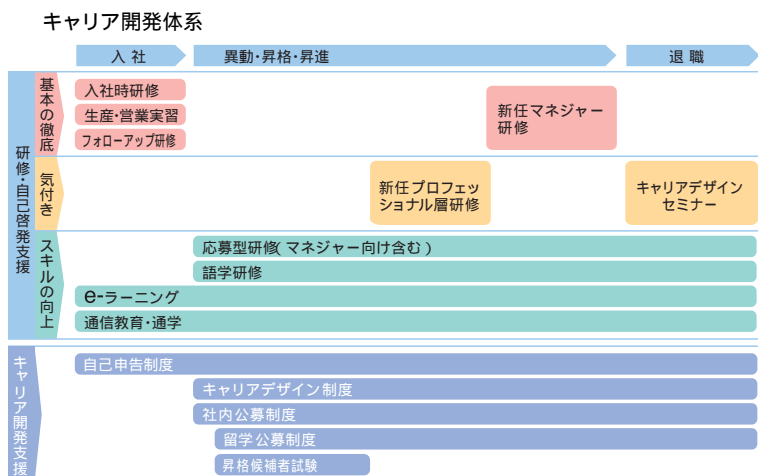
- 向上心をもってより高い目標にチャレンジする社員
- 能力・キャリア開発の場を提供し、自己実現を支援する会社
- 役割と成果に見合った、公正でメリハリのある処遇

が重要であると考えており、こうした考え方に基づいた人事制度を構築しています。

組合員層については、ビジネスのプロを目指しさまざまな経験を積み重ねていく段階(成長・発展ステージ)と位置づけ、職務遂行能力に応じた職能資格制度を採用し、マネジャー層については、これまで培ってきた経験を発揮する段階(自立・発揮ステージ)と位置づけ、能力ではなく役割・責任に基づいた役割等級制度を採用しています。

さまざまなキャリア開発支援プログラムを提供しています

社員に求める基本的な行動規範として「考勤」、即ち「自ら考え、自ら行動する」ことがあります。社員一人ひとりが優れた能力を身につけた自立した人材となり、また、組織内に「自ら学ぶ」風土が育つよう、入社から退職までの人材マネジメントサイクルに応じた研修のほか、自らが習得したいスキルを選び参加する応募型研修やe-ラーニングなど、さまざまなキャリア開発支援プログラムを提供しています。また、各人が自身のキャリアを描きその実現に向け能力開発に積極的に取り組めるよう、各部署は、如何にやりがいのある仕事であるかアピールし、各人は、自らの描いたキャリアデザインの実現のため能力を高めチャレンジするという観点から、双方向の情報を交換できるキャリアデザイン制度を2004年度から導入しています。



人事制度

制度	特徴
資格等級制度	<p>《メンバー相当職層》 職務遂行能力に応じた職能資格からなる制度にしており、各資格間の違いを明確にし、その発揮能力に応じた処遇を行うと共に、その力量を正しく評価し、力のある若手を登用しやすい仕組みにしています。</p> <p>【Cコース】 職務遂行能力に応じ、3つの職能資格からなる制度にしています。</p> <p>【Tコース】 ものづくり現場に必要なスキル・能力に応じた6つの職能資格からなる制度にしています。</p> <p>《マネジャー相当職層》 具体的な役割の果たし方に応じた役割等級を設けており、M(マネジメント) S(スペシャリスト) R(エキスパート) P(プロフェッショナル)の4つの層に分かれています。</p>
人事考課制度	<p>年初に上司と部下で確認する「業務計画書」に基づき十分な話し合いを行うことで、客観的で納得度の高い考課制度にしています。また、その考課結果は本人にフィードバックするとともに、上司は部下との種々の面接の中で伸ばしてほしい点、不足している点を具体的にアドバイスし、部下は上司から指摘されたアドバイスに沿って、次のステップへ飛躍するため努力していくことにより、各人の能力開発・成長に結びつけていく制度を目指しています。また、マネジャーについては、担当役割をきっちりと評価すると共に多面評価制度も導入しており、マネジャーの評価はその上司からだけでなく部下からの評価も参考にされます。</p>
賃金制度	<p>[給与]</p> <p>《メンバー相当職層》 職務遂行能力と経験年数に応じ処遇される制度にしています。また、成果による配分を大きくし「能力を発揮し大きな成果を出した人」により厚く報いる制度になっています。</p> <p>《マネジャー相当職》 年功による部分は無く、担当した役割と、そのもとで果たした成果に応じて処遇される制度にしています。</p> <p>[賞与] 賞与については、その原資が会社業績に連動した形で支給されます。</p>

研修・自己啓発支援制度(抜粋)

項目	内容	2004年度参加人数(のべ数)
応募型研修	ビジネスに必要なスキルを身につけ、自ら描くキャリアパスを実現するためビジネススキルを中心とした研修を実施。研修の参加は本人の意志(希望)。研修参加費は一部自己負担。	1,080人
「アドバンストコース」語学研修	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、語学レベルがある一定以上の人を対象に集中研修を実施。研修の参加は本人の意志(希望)。研修参加費は一部自己負担。	150人
パソコン研修	パソコンを、より効率的に使いこなすことを目的として実施。研修の参加は本人の意志(希望)。研修参加費は一部自己負担。	150人
e-ラーニング	業務遂行のレベルアップ・業務革新手段の習得を目的とし実施。ビジネススキル・語学・パソコンスキル等の60種類以上のコースあり。費用の一部は自己負担。	300人
通学教育・通信教育・費用補助	「自分を高めたい、勉強したい」という人が、通信教育・通学を行った時にその費用の半額を補助(上限あり)。業務遂行上必要なスキル・計数・法知識等の習得、語学向上、資格取得等約400種の講座あり。	336人

社員がいきいきと働くことができる環境づくりに取り組んでいます

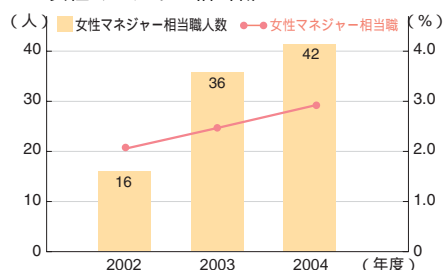
男女がともに活躍できる環境づくり

2004年12月現在の管理職の女性比率は2.9%となっており、年々増加しています。今後も、性別を問わず、能力・意欲ある人材を積極的に登用していきます。制度面については、育児や介護のための休職・短時間・時差勤務制度などを整備しており、2004年には、育児休職28人、時差・短時間勤務16人、介護休職1人の制度利用実績がありました。

また、セクシャルハラスメント防止マニュアルのイントラネット掲載や社内外の相談窓口の設置など、より充実した環境づくりに努めています。なお、2000年6月には「男女雇用機会均等法」以前からの女性の採用や職域拡大、女性が能力を発揮しやすい職場環境の実現に向けた取り組みが評価され、均等推進企業表彰「大阪労働局長賞」を受賞しました。

2005年4月には「次世代育成支援対策推進法」による一般事業主行動計画を提出し、今後仕事と育児の両立をサポートする施策について労使で検討していきます。

女性マネジャー相当職



人権問題への取り組み

社員全員が人権問題に対する正しい理解と認識を持ち、より良い企業人・社会人・国際人として行動できるよう、また、やりがいを感じられ、人権が尊重された組織風土を実現するため、人権教育・啓発を継続的に実施しています。

福利厚生に関する取り組み

当社の福利厚生制度は、サントリーの良い部分である「成果を競い合う中にも一体感と求心力の強い風土」は大事にするという考えのもと、病気、育児、介護などについての施策を行い、社員が生き生きとそして安心して働ける環境を整備しています。

健康に向けた取り組み

定期健康診断に加え、電話相談や個別カウンセリング体制、生活習慣病予防の通信型健康教室の導入など、社員の健康増進に積極的に取り組んでいます。メンタルヘルスについては、専門医や社外カウンセラーによる相談制度などを整備し、症状の早期発見と適切なケアに努めています。

福利厚生各種制度（抜粋）

	項目	内容	2004年度取得者数
《病気・怪我・災害》	長期傷病及び介護の特別休業制度	本人の業務外の傷病及び家族の介護のため、取得できなかった有給休暇を年間10日を限度に60日まで積立て可能	32人
	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	57人
《育児・介護》	育児のための休職・短時間・時差勤務	〔休職〕原則、子が1歳6ヶ月に達するまでの間取得可能〔短時間・時差勤務〕子が満3歳誕生日の前日まで、一定の範囲内で勤務形態を選択	休職：28人 時差・短時間：16人
	介護のための休職・短時間・時差勤務	〔休職〕最長1年間または通算93日まで取得可能、給付金5万円/月〔短時間・時差勤務〕原則、最長2年間または93日まで、一定の範囲内で勤務形態を選択	休職：1人 時差・短時間：0人
	ホームヘルパーの利用補助	本人又は家族の介護でホームヘルパーを利用した際、利用料金の70%を補助	2人
	在宅保育サービス	ベビーシッターによる家庭内での保育及びそれに伴う保育所への送迎実施に関わる費用の補助	2人
《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及び奨励金付与	483人

健康施策

各種制度	内容	2004年度利用(受診)者数
人間ドックの利用	・30歳以上の人(被扶養者も含む)は、日帰りコース1万円、1泊コース2万円の個人負担で利用可能(年1回を限度) ・単身赴任者は、個人負担なしで受診可能(年1回を限度) ・節目年齢(40,45,50,55歳)の人(被扶養者も含む)が、人間ドックを利用した場合、通常の日帰り受診コースなら個人負担無しで受診可能。一泊コースは1万円の負担で受診可能。(年1回)	本人：1,163人 家族：594人 計：1,757人
生活習慣病予防支援	通信型健康教室：コナミスポーツ専門スタッフによる3か月間の電話による運動・食生活の指導。最後まで終了すれば個人負担の5,000円も補助。	2人
	禁煙クラブ：インターネットを利用した禁煙支援ツール。90日間の禁煙プログラム	0人
歯科健診	年1回実施	2,700人
健康電話相談システム	社外専門スタッフによる健康電話相談	424件
心の相談電話相談	社外専門スタッフによる心の電話相談及び面談(面談の個人負担1回1,000円)	212人

安全衛生に関する取り組み

工場においては、「安全」を職場業績評価の一つとし、安全衛生委員会を中心に各職場の実情に合わせて活動しています。2004年度の労働災害発生件数は、第三者行為災害6件(うち休業4件)を含めた通勤途上災害が10件に大幅増加したため、過去10年で最高の35件となりました。今後、通勤時の安全管理にもしっかり取り組み、確実な安全対策の実施と意識向上に努めます。

労災発生件数 (件)

	2001年度	2002年度	2003年度	2004年度
休業災害件数	3	7	5	13
不休災害件数	31	11	16	22

健全な労使関係

約7割の社員(3,202人)が加入する「サントリー労働組合」と労働協約を結び、健全な労使関係を構築しています。人事・労務関連の諸制度の制定・改廃にかかわる協議をはじめ、人事考課制度に関わる協議会、ゆとり拡大に向けた委員会の開催など、労使一体となって社員が生き生き働ける環境づくりに努めています。例えば、人事考課に関する協議会では、マネジャーとメンバーで年4回実施する人事考課に関わる面接(年始の業務計画の設定、半期ごとの振り返り、人事考課結果のフィードバック)の後に、労働組合より全組合員対象にアンケートを実施し、その結果を労使で確認・必要に応じ都度対応することで考課制度の透明性、納得性をより一層高めることにつなげています。また、経営課題については、四半期ごとに経営情報の共有化を図るとともに、「社長協議会」および「部門・テーマ別協議会」などを通じた、フランクな情報・意見交換を行っています。

定年退職後の再雇用制度を導入しています

長い経験と知恵を持ち合わせた方々に、定年以降も活躍していただくため、定年後の再雇用制度を導入しています。雇用期間は2年ですが、公的年金支給開始年齢の引き上げに伴って延長する予定です。

定年退職者再雇用実績

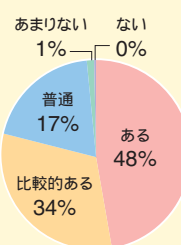
	2002年度	2003年度	2004年度
雇用者数 (再雇用希望者の雇用率)	24人 (75%)	44人 (77%)	48人 (80%)

「社員の意識調査」

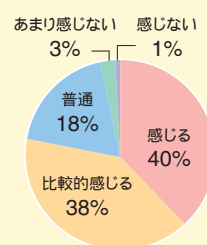
サントリーでは、従業員の現状を把握し、同時に人事異動に対する本人の希望も調査して適材適所へ配置するため、毎年年初に全従業員を対象とした「自己申告」を実施しています。「自己申告」には、現在の担当職務に関すること、健康・家族・身上に関することに加え、異動希望に関する内容が含まれています。

担当職務に関する調査項目について見ると、82%の従業員が仕事に興味があり、78%がやりがいを感じているという結果(いずれも2003年度)になっています。

仕事への興味



仕事へのやりがい



意識調査は2005年1月に実施したものです。

豊かな生活文化の支援者として

サントリーの社会・文化活動の原点は、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。信治郎は、事業による利益は事業の拡大、顧客・従業員へのサービス、そして社会への還元に使わなければならないという信念を持ち、社会貢献活動に強い熱意を示しました。

この社会還元の精神は現在まで脈々と受け継がれ、より豊かで健康な生活文化の発展に貢献すべく、幅広い活動を展開しています。

地域に根ざした社会貢献・社会福祉支援活動を展開しています

1921年に創設され特別養護老人ホームや保育園を運営する社会福祉法人「邦寿会」、幼稚園から高等学校までを運営する学校法人「雲雀丘学園」の活動に対するサポートをはじめ、スポーツイベントを通じてのチャリティ、社員のボランティア活動支援など、地域社会に貢献すべく幅広い活動を展開しています。

チャリティへの協力

サントリーオープン、We Love KOBE サントリーレディスオープンの2つのゴルフトーナメントでは、大会活動のチャリティ収入などから毎年それぞれの地元の自治体に寄贈をしています。千葉県印西市には福祉車両を贈っており、兵庫県神戸市へは阪神・淡路大震災直後からこれまでに消防車64台と台車付小型動力ポンプ33台を寄贈しています。

ボランティア活動を支援

社員のボランティア活動を側面から支援するための「ボランティア休暇制度」、社会福祉・環境保全・国際交流の分野で社員が自主的に活動している非営利団体に備品や機材などの購入資金を援助する「ボランティア活動支援制度」を設け、地域社会に根付いた活動を行っています。

主な義捐金の拠出事例

スマトラ沖大地震およびインド洋津波被害への寄付
日本赤十字社.....1億円
日本ユニセフ協会...1億円

新潟県中越地震への寄付
新潟県に対する義捐金 3,000万円
救援物資ミネラルウォーター(2ℓ)17,280本

この他にも「奥・井ノ上イラク子ども基金」にサントリー・サントリーフーズ社員が募金を行うなどの協力をしています。



消防自動車の寄贈

<ボランティア活動支援制度の活用事例>



サントリー(株)
スポーツフェローシップ推進部
佐藤 真海

自分にできる事を探して～NPOファミリーハウス(東京都千代田区)

「ファミリーハウス」とは、小児がん等の難病治療のため、冀にもすぎる思いで地方や海外から大都市の病院に来ている子どもと介護する家族に、安価で宿泊施設を提供しているNPO法人です。病気の子どものことと家に残る家族に対する不安、また二重生活による経済的負担などを少しでも軽減しようとボランティアの力を結集して始まった活動ですが、施設利用者にとっては「もうひとつの我が家」的な存在であり、今では全国各地に広がっています。

私も数年前に小児がんを患った経験からこの団体を知りました。少しでも力になりたいと思いボランティアに加わり、チャリティイベントや大掃除の際のお手伝いをしています。この団体は、会費や寄付金で運営しているため、資金も十分とは言えません。今回は「ボランティア活動支援制度」を活用し、ハウスの古くなったエアコンを一台新調することができました。施設利用者の皆さんも大変喜んでおられ、本当に感謝しております。今後も自分にできることを探して、少しずつでも社会に貢献していきたいと思っています。



【より豊かな生活文化に貢献します】

人々のより豊かな生活文化への貢献を目指し、音楽分野ではサントリーホール、美術分野ではサントリー美術館、サントリーミュージアム[天保山]などのさまざまな文化施設を運営しています。また、サントリー文化財団、サントリー音楽財団が文化や音楽の発展に尽くしているほか、次世代研究所、生物有機科学研究所を設置するなど、多岐にわたる研究開発活動にも取り組んでいます。

世界一美しい響きを求めて【サントリーホール】

ウイスキーづくり60年・ビール発売20周年を記念して1986年に設立。開場16年余で入場者数1,000万人を達成しました。音楽文化の発展に寄与するために、多彩な自主企画のコンサートを年間約80公演開催するなど、意欲的な活動を続けています。



サントリーホール

生活の中の美【サントリー美術館】

創業60周年を記念して1961年に開館。2007年には場所を六本木に移し、新サントリー美術館(仮称)がオープンします。「生活の中の美」をテーマに、日本古来の美術・工芸品の収集、研究活動および展覧会の開催に力を注いでいます。



サントリー美術館外観イメージ図
(2007年春完成予定)

海辺に映える、美と感動の創造空間【サントリーミュージアム[天保山]】

創業90周年を記念して1994年11月に開館。「生活の中のアート&デザイン」をコンセプトに企画展示を行う「ギャラリー」、巨大立体映像の「アイマックスシアター」をそなえた複合文化施設です。

音楽の新しい扉をあける【サントリー音楽財団】

創業70周年を記念して1969年に創立。わが国の洋楽の発展と向上に寄与することを目的に設立されました。日本における作曲活動の一層の振興と作品普及に取り組んでいます。



サントリー音楽財団 第35回サントリー音楽賞受賞者
野平一郎氏(右)

多様な文化の交流、発展のために【サントリー文化財団】

創業80周年を記念して1979年に創立。社会と文化に関する国際的・学際的な研究の助成および有能な人材の育成を行い、学術文化の発展に寄与しています。

日本の未来を担う子どもたちのために【サントリー次世代研究所】

創業90周年を記念して1989年に設立した「不易流行研究所」が、2005年3月「次世代研究所」として生まれ変わりました。次世代研究所では、日本の未来を担う子どもたちと、彼らを取り巻く家族・環境・社会についての研究を進め、出版などを通じて広く社会に情報を発信していきます。



サントリー文化財団 第26回サントリー地域文化賞贈呈式

【スポーツが生む夢と感動を大切にしたい】

スポーツを通じて「夢」と「感動」を世の中に広めたい—そのような願いから、サントリーは、スポーツイベントの主催やスポーツ団体への協賛のほか、ラグビーとバレーボールの自社チームによるアマチュアスポーツへの参加など、さまざまなスポーツ活動を展開・支援しています。



バレーボール部



サントリーレディスオープン



ラグビー部



サントリーオープン

〈次世代を担う子どもたちの健やかな成長を応援したい〉



サントリー「キッズ・ドリームプロジェクト」

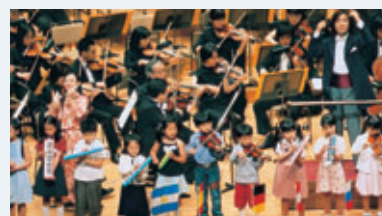
〈キッズ・ドリームプロジェクト〉は、スポーツ・音楽・美術・環境などさまざまな分野において、そのトップレベルで活躍する人々と子どもたちが触れ合う機会や、子どもたち自身で体験・体感する機会を提供することで、次世代を担う子どもたちの「夢」や「挑戦する気持ち」を応援する活動です。

FUTURE STARS
★
スポーツの
「たのしい！」



SUNTORY KID'S SPORTS ACADEMY

FUTURE STARS
★
音楽の
「たのしい！」



サントリーホール「こどもの日」コンサート

FUTURE STARS
★
美術の
「たのしい！」



親子で楽しむギャラリーツアー

FUTURE STARS
★
環境の勉強って
「たのしい！」



サントリー「森と水の学校」



「自然」との共生

「水」とともに生きる～ 持続可能な社会を目指して

サントリーにとって、地球環境そのものが大切な経営資源です。

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、良質の水を自然界にかえすことは、

水とともに生きる企業として、重大な責任と考えています。

これからも水の恵みから新しい価値を生み出し続けることができるように、

「人と自然と響きあう」持続可能な社会を目指して、

環境保全活動に積極的に取り組んでいきます。



**サントリーグループの事業活動の基盤は健全な地球環境そのもの。
これからは持続可能な社会システム構築に
真摯に取り組んでいきます。**

私たちは、清らかな水や果実・穀物、森林や川・海・大気、そして生き物が創り出す自然の生態系という素晴らしい循環システムそのものがサントリーグループにとって何ものにも替えることのできない大切な経営資源だと認識しています。

しかし、21世紀に入った今、この大切な地球環境には赤信号が点ってしまっています。

サントリーグループは、環境を悪化させることなく豊かで持続可能な社会を構築するため、以下に掲げる環境負荷削減の活動に最大限の努力をはらっていきます。

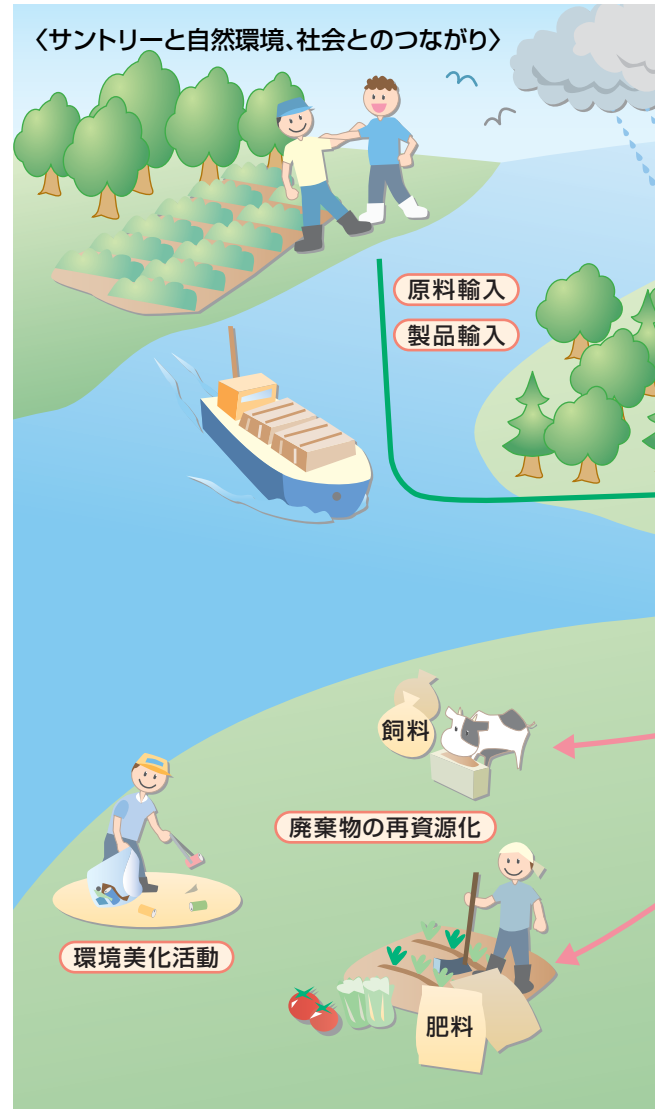
地球にやさしく、より豊かな暮らしのために

- エコプロダクツの開発と安全・安心・高品質な調達・生産
- エコファクトリーの推進
 - 省エネ、CO₂削減、自然エネルギーの活用
 - 用水量の削減、水質管理の徹底
 - 副産物・廃棄物の排出量抑制と再資源化
- 容器の循環利用の推進と効率的な物流システム構築

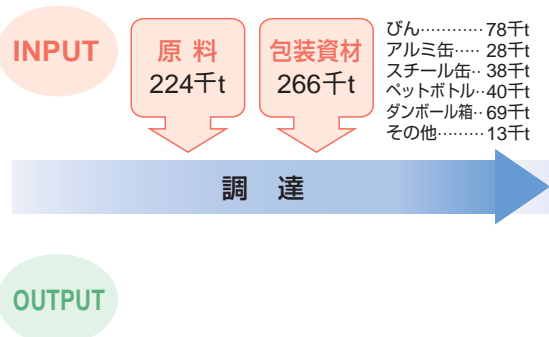
また以下の新たな活動を積極的に展開してまいります。

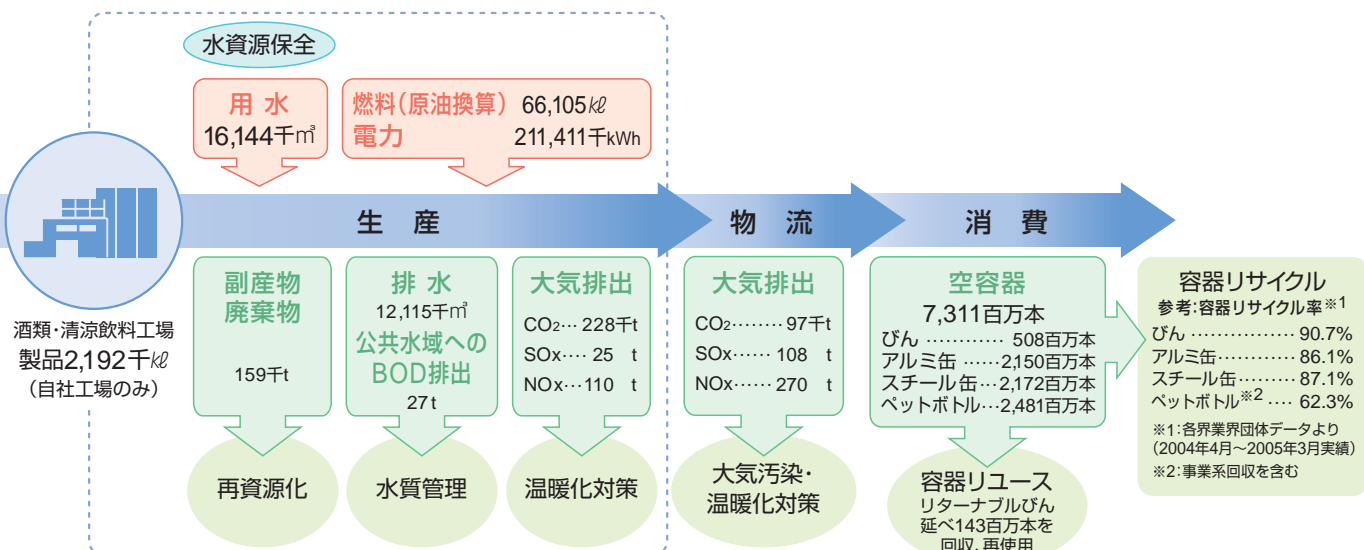
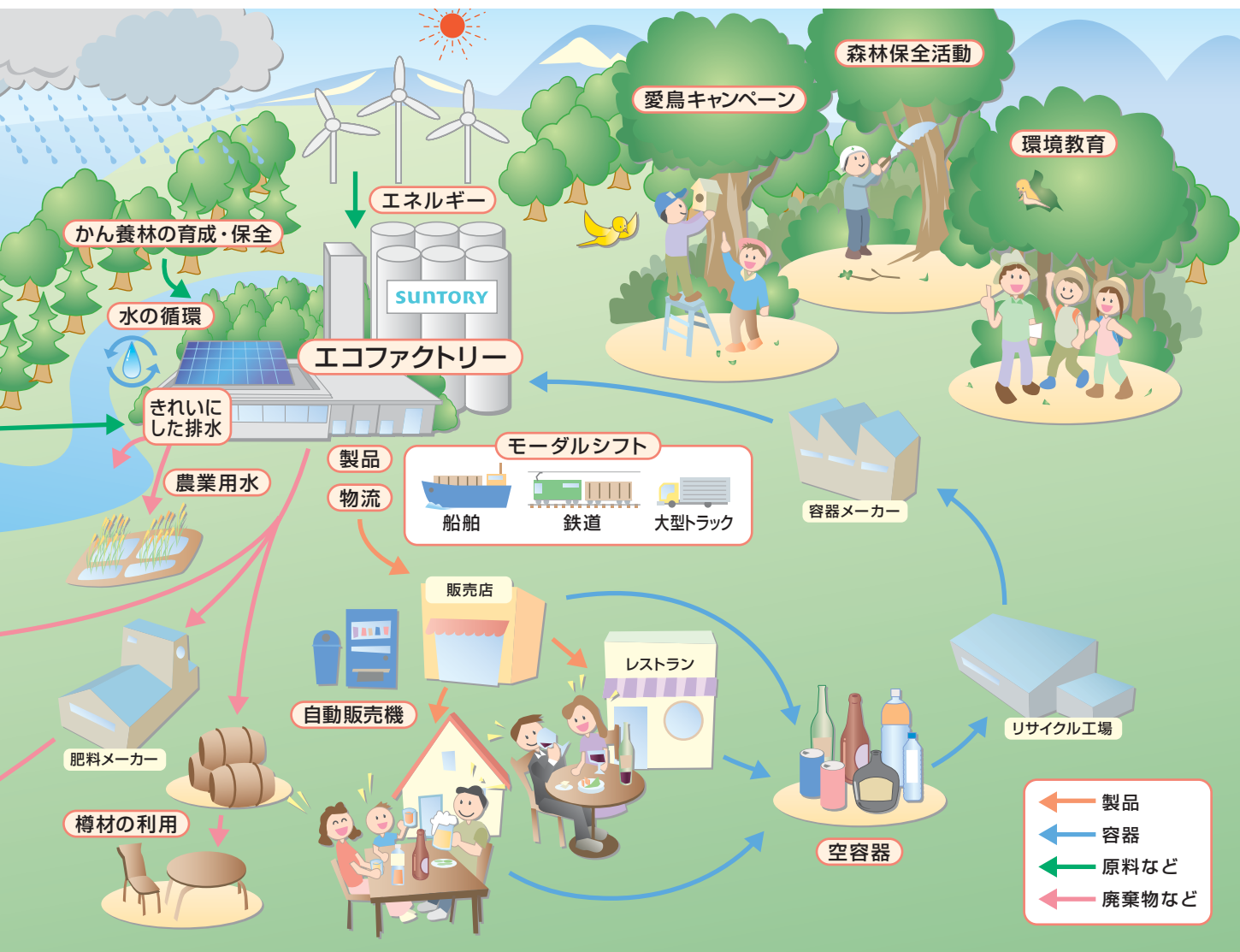
将来のより良い地球環境の実現を目指して

- 森林整備による水源地のかん養
- 生物多様性の保全
- 未来を担う子どもたちへの環境教育



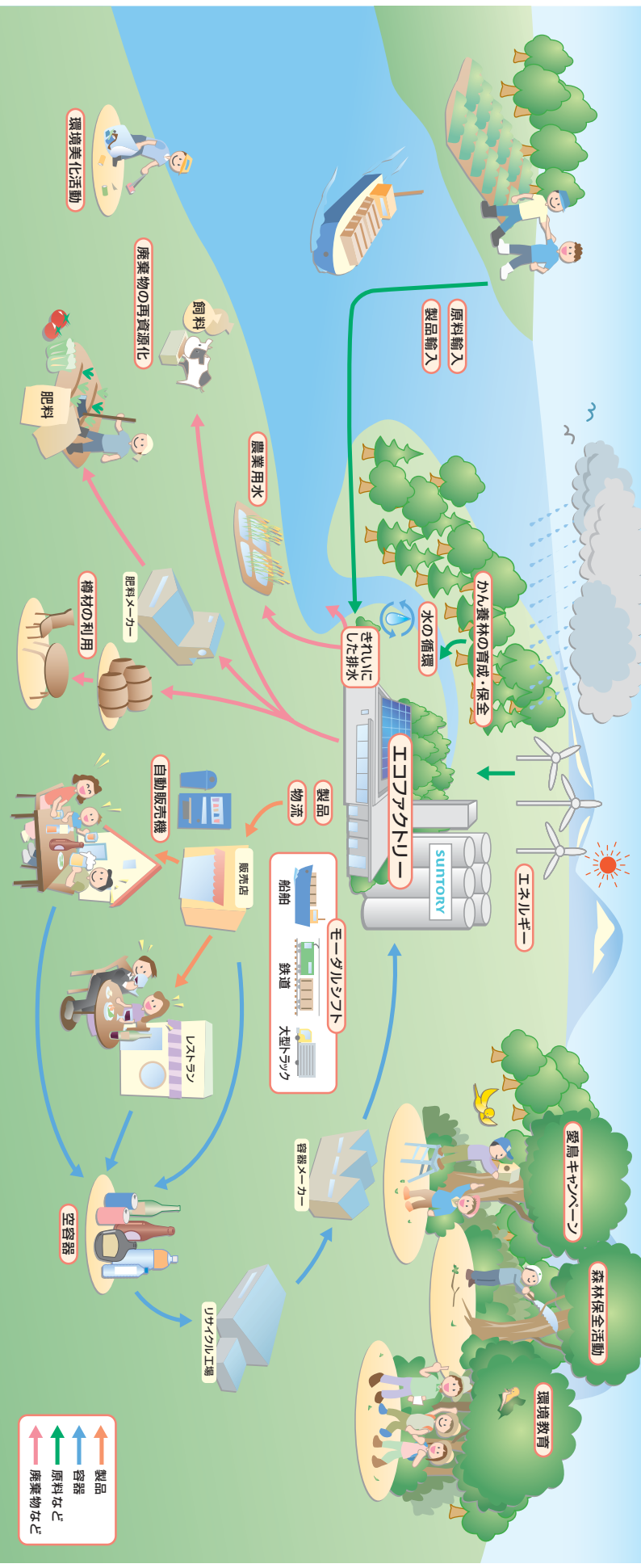
<物質とエネルギーの流れ>



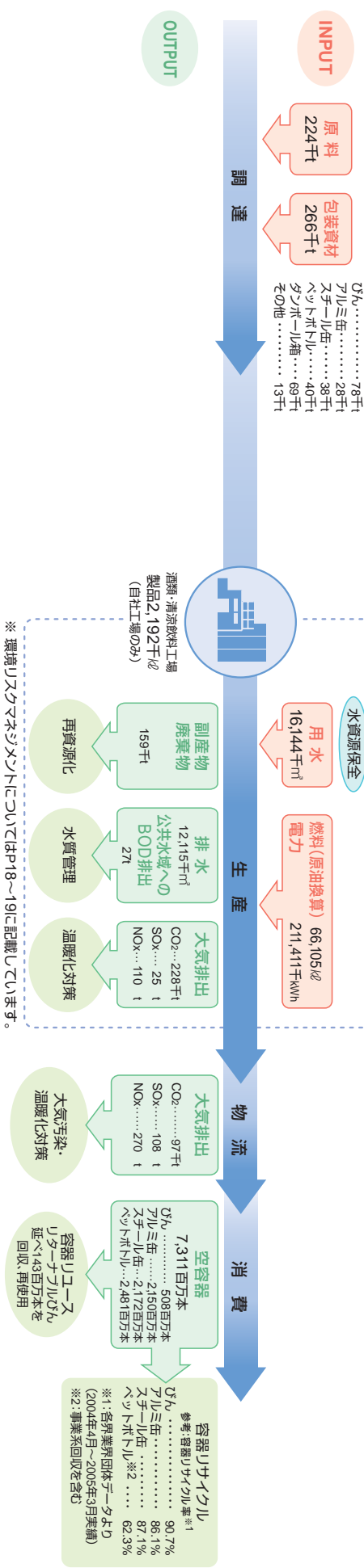


※ 環境リスクマネジメントについてはP18~19に記載しています。

〈サントリーと自然環境、社会とのつながり〉



〈物質とエネルギーの流れ〉



2004年度の活動を振り返って

2004年度のサントリーグループ重点環境課題の主要実績ならびに自己評価を以下に記載しました。2004年度は、エネルギー・用水・CO₂の各主要原単位削減目標を達成することができましたが、清涼飲料の販売数量増加に伴う生産量増、ウイスキー原酒の蒸留量増などにより、それぞれ総量では増加という結果になりました。2005年度以降は、CO₂の排出総量削減に向けて、各生産工場で計画的な設備投資を実施し、事業者に求められる削減目標の達成を目指して、燃料転換等の施策を強力に推進してまいります。なお、本レポートの環境負荷削減活動データは、事実に基づき正確な内容をもれなく記載しております。



環境担当取締役
小嶋 幸次

重点推進課題	2004年度目標	2004年度実績	掲載ページ	評価
1.環境マネジメントシステム構築	・サントリーグループ全体での環境マネジメントシステム推進強化	・新たに国内グループ会社2社でISO14001認証を取得 ・ISO14001認証未取得部門/グループ会社における簡易環境マネジメントシステム(EMS)監査実施	p.17 ~ p.18	●●
2.エコプロダクツ開発	・継続的なエコプロダクツ開発(容器軽量化の推進)	・ペットボトル軽量化促進 500ml、900ml、2Lペットボトルを中心に軽量化を推進し、軽量化比率は全本数の61%となりました ・ペットボトル自社成型を拡大し、輸送時の環境負荷低減を促進	p.40	●●●●
3.省資源・省エネルギー、地球温暖化防止	・各工場においてエネルギー原単位前年度比1%以上削減 ・各工場においてCO ₂ 排出原単位前年度比1%以上削減	・原単位前年度比 燃料 4%削減 (90年度対比55%削減) 電力 5%削減 (90年度対比44%削減) 用水 4%削減 (90年度対比45%削減) ・CO ₂ 排出原単位前年度比 5%削減 (90年度対比53%削減)	p.46 p.63 ~ p.64	●●●●
4.グリーン購入	・国内主要グループ会社での実施 ・海外事業所での実施計画策定	・事務用品におけるグリーン商品購入金額比率87% ・事務用品におけるグリーン商品登録比率84% ・インターネットグリーン購入実施主要グループ会社拡大社数5社(計24社) ・海外事業所の実態調査実施	p.43 ~ p.44	●●
5.廃棄物の減量化・再資源化	・工場副産物・廃棄物の再資源化率100%の維持 ・本社・東京支社の廃棄物再資源化率2%改善	・再資源化率は数字上では100.0%となりましたが、1工場で0.001%(排出量約159千トンのうち、1.8トン)が再資源化できず焼却処分となりました ・本社・東京支社での再資源化率93% 95%	p.47 ~ p.48 p.55	●●
6.容器リサイクル	・効率的・実効的な容器リサイクルシステムの構築推進	・使用済みペットボトルからペットボトルを再生する「ボトルtoボトル」技術による容器導入を開始	p.56 ~ p.59	●●●●
7.環境コミュニケーション	・社会・環境活動情報の積極的開示	・「エコシップレポート2004」「サステナビリティレポート2004」を発行(財)地球・人間環境フォーラム主催の「第8回環境コミュニケーション大賞」にて「環境報告部門」「持続可能性報告部門」の2部門で優秀賞を受賞、東洋経済新報社主催の「第8回環境報告書賞」で優良賞を受賞 ・「天然水の森」をテーマとした環境広告を新聞紙上にて実施 ・「エコプロダクツ2004」に出展、子どもたちの理解促進を目指したブース作りを行い、1万人以上の方に熱心にご見学いただきました ・多彩なステークホルダーダイアログを実施	p.25 ~ p.26	●●●●
8.社会的な活動	・従来活動の継続 ・水源保全活動の拡大実施 ・次世代教育の推進強化	・南阿蘇に加え、新たに山梨県「白州」、群馬県「子持山」で水源かん養活動サントリー「天然水の森」に着手 ・南阿蘇の「天然水の森」において次世代教育活動「森と水の学校」を開校(参加者数約1,600名)	p.33 p.61 ~ p.62	●●●●

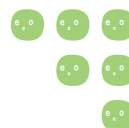
目標・実績はグループ全体。ただし、はサントリー単体の目標・実績 原単位とは製造1klあたりの購入量・使用量・排出量を表す
●●●● ...目標を達成することができました。 ●● ...目標達成が70%以上です。 ● ...目標達成が70%未満です。



サントリーの環境活動は「ecoship」

サントリーでは環境に対する取り組みを「エコシップ」と名付けて活動しています。

エコ+シップ。「エコの気持ち」ですべての活動を行っていき
たい。緑の地球に「e・c・o」で目と鼻を描いたマークとともに、
すべての活動に「エコシップ」を貫いていきます。



目標を達成することができました。

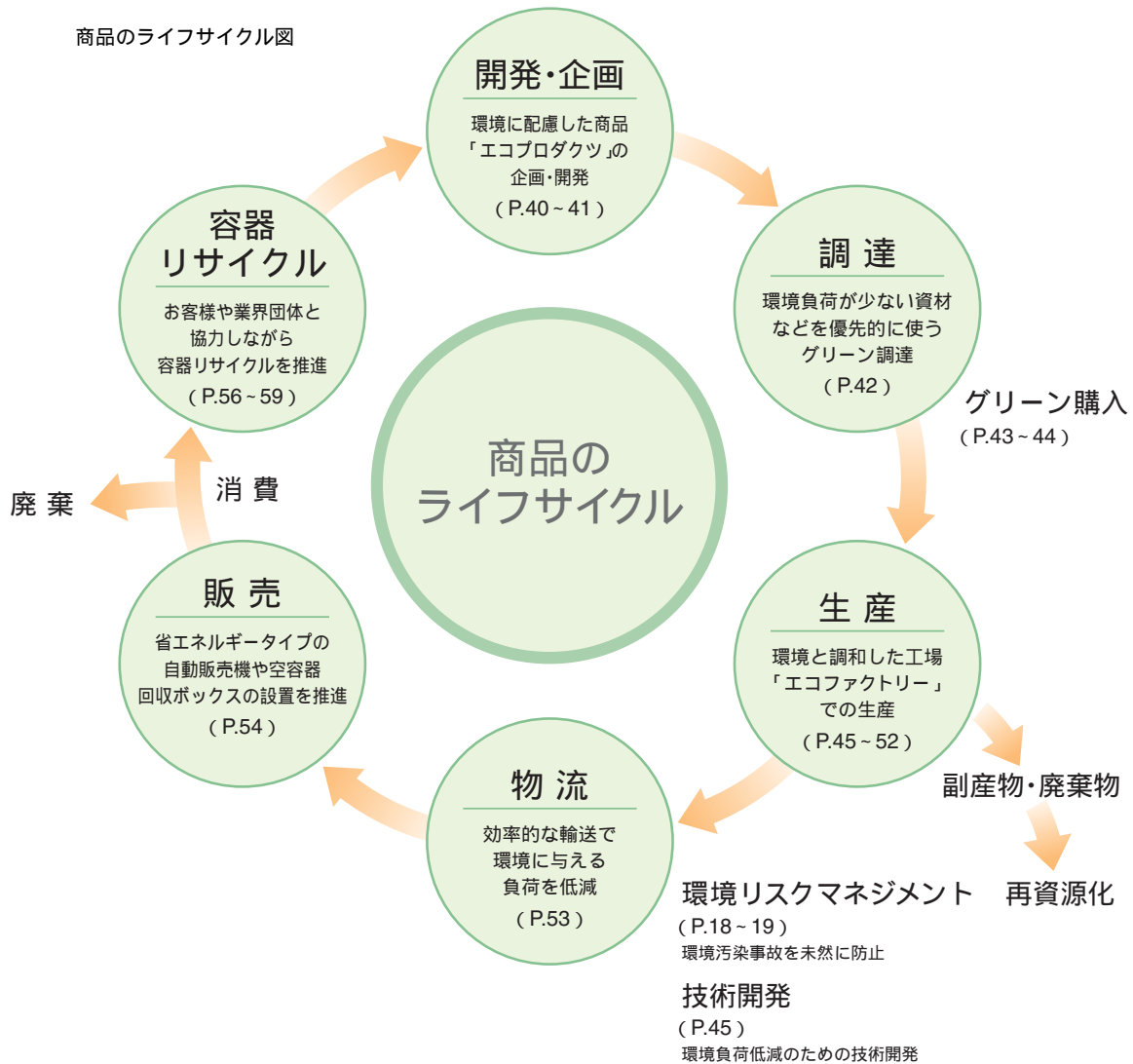
目標達成が70%以上です。

目標達成が70%未満です。

重点推進課題	2005年度目標	中期目標(2008年度) 2003年12月改定
1.環境マネジメントシステム構築	<ul style="list-style-type: none"> 本社・お台場新オフィスでのISO14001認証取得に向けての活動開始 グループ会社における環境e-ラーニング展開 	<ul style="list-style-type: none"> 海外事業所を含むサントリーグループ全体での環境マネジメントシステム稼働・環境経営度向上
2.エコプロダクツ開発	<ul style="list-style-type: none"> エコプロダクツの継続的な開発(容器軽量化・リサイクル容易化の推進) 	<ul style="list-style-type: none"> 容器対応を中心としたエコプロダクツ開発を継続的に推進
3.省資源・省エネルギー、地球温暖化防止	<ul style="list-style-type: none"> ユーティリティ原単位各工場前年度比1%以上削減 用水原単位のさらなる削減への研究 CO₂排出原単位各工場前年度比1%以上削減(燃料転換による改善を除く削減目標) 燃料転換によるCO₂削減推進 	<p>エネルギー原単位</p> <p>燃料 燃料2003年度比5.6%削減(1990年度比では56%削減) 原単位(l / kl)</p> <p>電力 電力2003年度比8.1%削減(1990年度比では46%削減) 原単位(kWh / kl)</p> <p>用水 用水2003年度比5.5%削減(1990年度比では46%削減) 原単位(m³ / kl)</p> <p>CO₂排出原単位 2003年度比11.9%削減(1990年度比では57%削減) 原単位(kg / kl)</p>
4.グリーン購入	<ul style="list-style-type: none"> 国内主要グループ会社・海外事業所での実施 	<ul style="list-style-type: none"> 海外を含むグループ全事業所で実施
5.廃棄物の減量化・再資源化	<ul style="list-style-type: none"> 工場廃棄物・副産物再資源化率100%の維持 本社・お台場新オフィスの廃棄物再資源化率2%改善 食品廃棄物再生利用等実施率20%以上(2005年10月段階での単月達成) 	<ul style="list-style-type: none"> 工場廃棄物・副産物再資源化率100%の維持 本社・お台場新オフィスの廃棄物再資源化率100%の達成・維持 食品廃棄物再生利用実施率20%以上の達成・さらなる推進
6.容器リサイクル	<ul style="list-style-type: none"> 効率的・実効的容器リサイクルシステムの構築推進 	<ul style="list-style-type: none"> 効率的・実効的な容器リサイクルシステムの構築推進
7.環境コミュニケーション	<ul style="list-style-type: none"> 社会・環境活動情報の積極的開示 	<ul style="list-style-type: none"> 社会・環境活動情報の積極的開示
8.社会的な活動	<ul style="list-style-type: none"> 地域と連携した水源保全活動の拡大 次世代教育の推進強化(「森と水の学校」エコキッズノート」の活用) 	<ul style="list-style-type: none"> 地域と連携し、地球環境保全の活動を多面的に展開

2004年度より、燃料・CO₂の2008年度中期目標および過年度実績の原単位算出方法を以下のとおりに変更しています。
燃料:A重油換算から原油換算に変更 CO₂:燃料・発酵・工程・排水由来から、燃料・電力由来に変更

一つの商品が開発・企画されて、廃棄・リサイクルにいたるまでのライフサイクル全体を通して、環境負荷低減に取り組んでいます。



こんなエコプロダクツを作っています。

「リザーブ」の例を紹介しましょう

エコボトル

原料にその他色カレット (透明、茶色以外のカレット) を90%以上使用

カレット: 使用済ガラスびんを細かく砕いたもの。

軽量びん

びんの原料の使用量と、運送による環境負荷を減らすために軽量化



樹脂キャップ

ガラスびんリサイクルで問題がないよう、材質を樹脂に変更

キャップシール

焼却時にダイオキシン発生の恐れのある塩ビ製からペット樹脂製に変更

アルミ蒸着再生紙ラベル

ガラスびんリサイクルで問題がないよう、材質をアルミ箔からアルミ蒸着した再生紙に変更



サントリーではどのようなエコプロダクツの企画・開発を行っていますか？



商品のおいしさ、安全性の追求はもちろん、各種容器の素材選びなども含め、環境に配慮した商品(エコプロダクツ)の開発を進めています。

サントリーでは、酒類から清涼飲料にいたる各種商品を、さまざまな容器に入れてお客様にお届けしています。

しかし、お客様が消費された後には、これら容器の多くは廃棄物となります。サントリーは、その社会的影響を強く認識し、LCAの観点からのエコプロダクツ(環境に配慮した商品)づくりを進めています。

LCA: ライフサイクルアセスメント
 =(Life Cycle Assessment)
 原料採取 素材製造 容器製造 中味充填 流通 リサイクル/廃棄という一連の工程における環境負荷の測定・検討手法。



「環境に係る容器包装等設計ガイドライン」を定めています

1997年に自社基準を制定し、商品の容器包装や販売促進用ツールの開発を行っていましたが、2004年にはそれを一歩進めた形で「環境に係る容器包装等設計ガイドライン」を改定し、関係各部署、お取引先とも連動したエコプロダクツづくりの指針としています。

「容器の軽量化に取り組んでいます」

使用する資源の削減や輸送時の負荷低減のため、ペットボトル、ガラスびん、缶、ギフトパッケージなどのさまざまな容器・包装の軽量化に取り組んでいます。

また、容器メーカーから納入される際の輸送負荷削減のため、一部の工場では、ペットボトルを自社成型しています。

「リサイクルしやすい容器設計への取り組み」

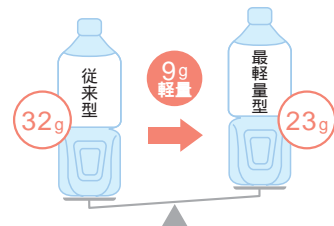
ペットボトル

国産品はすべて無色透明容器にしています。世界中どこでも薄いブルーのボトルで販売されていたフランス産ミネラルウォーター「Vittel(ヴィittel)」の取り扱い開始にあたって変更を要請し、日本では無色透明ボトルで販売しています。

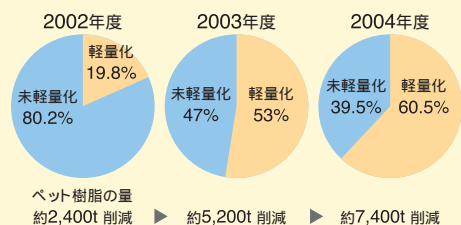
そのほかにも樹脂製キャップ、ラベルのミシン目、はがしやすいラベルの採用など工夫を凝らしています。



見た目は変わらないけど、10円玉2枚分(9g)軽くなったよ。
 500mlペットボトルの場合



サントリーのペットボトルの61%が軽量化されています



ガラスびん

異物や色調の問題からガラスびんに再生するのは難しいとされていた「その他色カレット」を90%以上原料に使用したガラスびんを「エコボトル®(サントリーの登録商標)」の導入を進め、サントリー1社で全国の「その他色カレット」の約12%を使用しています。また、高級感がありながら、飲用後は、無色透明びんとして分別回収・リサイクルに出していただける曇りガラス(フロスト)びん「エコフロストびん」も採用しています。

紙・プラスチック容器関連

2001年から義務化された識別表示について、表示対象となるペットボトルのキャップやラベル、ギフトボックスなどへの表示を、法律にのっとって実施しています。

識別マーク



エコボトル



リザーブ



ールド

剥がしやすく、水に強い新ラベルを開発



サントリーは、清涼飲料や酒類のガラスびんに使用する新ラベル「易剥離感熱(いはくりかぬつ)ラベル」を、寿精版印刷(株)様と共同開発しました。まず第一弾として、「デカピタC(栄養炭酸飲料)」で同ラベルを採用し、2005年6月から一部、出荷を開始しています。

環境への配慮やリサイクルへの関心が高まるなか、「清涼飲料や酒類のガラスびんのラベルを剥がしやすくして欲しい」といったお客様の声を受け、当社では開発を進めていました。

新開発の「易剥離感熱ラベル」は、お客様の飲用後に容器を廃棄する際、従来の感熱ラベルに比べ、ガラスびんからラベルを容易に剥がすことのできる新ラベルです。

「易剥離感熱ラベル」の特長

ガラスびんからラベルを手で容易に剥離することができる。

耐結露性(水に触れても剥離しない)は、従来のラベルと同様で、自動販売機、冷蔵庫等での使用が可能。

製造工程の変更が不要。

ラベル剥離後に、再度の貼り付けをすることができない。(いたずら防止)

今回、新ラベルを「デカピタC」に採用するにあたり、当社千歳工場(北海道)の一部のラインでラベル貼付設備の改造を実施しました。(ラベル貼付設備の特許を出願済) 今後は、自社の他工場への導入も計画しています。

グリーン調達・グリーン購入では、 どのような取り組みをしていますか？



お取引先とともに環境への負荷ができるだけ少ない資材・原材料や製品・サービスの調達・購入を優先的かつ積極的に進めています。

グリーン調達の取り組み

グリーン調達とは、生産に必要な資材などの調達に際して、環境に配慮したものを優先的に選択すること。サントリーでは、1999年に「グリーン調達基本方針」、「グリーン調達ガイドライン」を定め、個々の資材の基準を設け、同時にサプライヤーには環境対応を要請しています。取引先の工場の85%がISO14001認証を取得するなど各サプライヤーの環境対応が進展し、当社が定めたグリーン調達総合評価が年々向上しています。2004年には対象サプライヤー36社の平均点が、5点満点の3.7点(前年は3.5点)となっています。

CSR調達の展開を目指しています

今後は、サプライヤーと協働したCSRの観点にたった取り組みが不可欠になるため、サントリーではグリーン調達から進化したCSR調達の展開に向けて検討を開始しました。

環境負荷が少ない容器を採用

エコボトル



オールド

aTULC缶(アルミ缶) TULC缶(スチール缶)



モルツ



伊右衛門

ガラスびんでは「その他色カレット」を90%以上使ったエコボトルを、缶では製造時に水を使わず、廃棄物がほとんど出ないTULC缶※を採用しています。

TULC(Toyo Ultimate Can) 東洋製罐(株)様が開発した飲料缶。

サントリーグリーン調達基本方針 1999年制定

資材の評価基準

1. 再生資源ならびにエネルギーなどに関する法律・条例に適合していること
2. 法律およびサントリーの定める使用禁止物質を含有していないこと
3. 廃棄にあたり、化学物質、大気汚染、水質汚濁、土壌汚染発生の環境負荷が低いこと
4. 再生資源の使用や小型化などにより省資源や省エネルギー化が図られていること
5. リサイクル設計がなされていること
6. 処理や処分が容易なこと
7. 資材に関する環境情報を公開していること

取引先の評価基準

- A. ISO14001を取得していること
- B. ISO14001を取得していない場合、下記ガイドラインの項目に従って経営管理されていること
 1. 環境保全に関する企業理念・方針を有し関連会社を含む全部門、全従業員に周知すると共に、一般の人々にも開示していること
 2. 環境保全活動を推進する組織および環境管理計画を有すること
 3. 法規制や環境側面を評価・管理するシステムを構築していること
 4. 省資源、省エネルギーの生産管理体制になっていること
 5. 省資源、省エネルギー及び排ガス抑制等のための物流合理化に取り組んでいること
 6. 環境保全に関する教育・啓発を従業員および関連する業務従事者に対し行っていること
 7. 環境負荷低減に関する情報を積極的に提供すること

自家ぶどう園で100%有機肥料使用・減農薬への取り組みを行っています。

ぶどうの栽培に最適な、有機物や微生物を大量に含んだ土を作るために、有機肥料だけを使ってぶどうを栽培しています。また、場内のあちこちに植えられているバラにも大切な役目があるのです。開花期の梅雨、生育期の多湿の夏と、日本の気候はぶどう栽培に決して最適とは言えません。そのため、ぶどうの樹の病虫害を防ぐために、最小限にとどめて農薬を使用していますが、実は、この農薬量の削減にバラが大活躍しているのです。非常に病気に弱い植物であるバラは、ぶどう樹が病気になるいそうなときにいち早く病気になるって病気予防のセンサーの役割をしてくれるのです。病気の兆しを早くとらえることができれば、予防的に狭い範囲で、弱い農薬を、薄く、少量使用するだけですみます。



エコシッポの **数 字**

ペットボトル再生繊維のユニフォームを導入

サントリーの工場では、ペットボトルの再生繊維で作ったユニフォームを導入しています。1998年度は3,325着でしたが、2001年度からはグループ会社のユニフォームにも導入するようになり、2004年度にはグループ全体で28,005着使用しています。

ユニフォーム

28,005着
(2004年度)



グリーン購入の取り組み

サントリーでは、1996年よりグリーン購入に取り組んできました。

一層の推進を図るため、グリーン商品が豊富に品揃えされているネット購買システムを2001年に導入し、2003年4月からはグループ会社にも拡大、2004年度の導入社数は5社増えて計24社となりました。今後もこのシステムをグループ会社に広げていきます。サントリーではグリーン商品を中心に定番商品(推奨商品)を設定しており、その中でのグリーン商品登録比率は84%となっています。2004年度のグリーン商品購入金額比率は87%でした。

また、国内だけではなく海外にもグリーン購入を広げるために、海外事業所を対象に実態調査を行っています。

容器リサイクル推進にもつながる、ガラスびんカレットの再生品、ペットボトル再生繊維の制服なども積極的に採用するとともに、全国で約750台使用している営業車の低公害車率も、2004年度には82%に達しています。これからも、あらゆる購入機会を通じて、グリーン購入を推進していきます。

ガラスびんカレット製品の購入(㎡)

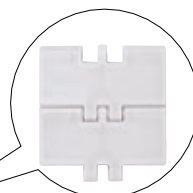
再生原料	製品	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	合計
ガラスカレット(その他)	タイル・ブロック	120	2,420	564	288	124	1,030	95	4,641

ペットボトル再生素材の購入(着)

再生原料	製品	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	合計
再生ペット繊維	工場ユニフォーム	3,325	8,961	4,508	9,198	10,233	10,437	11,978	58,640
	グループ会社のユニフォーム	-	-	-	8,080	14,025	13,858	16,027	51,990
合計		3,325	8,961	4,508	17,278	24,258	24,295	28,005	110,630

工場におけるグリーン購入 エコチェーンの導入

九州熊本工場では、資源循環の観点から、製造ラインのコンベア部分に再生プラスチックチェーン「エコチェーン」を使用しています。サントリーの他工場でも試用しており、性能も新品と遜色のない「エコチェーン」の導入をさらに広げていく予定です。



エコチェーン

商品を搬送するエコチェーン
(九州熊本工場)

サントリーグリーン購入基本方針 2000年 制定

持続可能な社会の構築のために、環境に与える負荷ができるだけ小さい原材料・製品・サービスなどを優先的に購入する活動である「グリーン購入」に、サントリーグループ全体で積極的に取り組む。

1. 購入の基本的な考え方

地球資源保護のため、必要な量だけ購入する。
環境に与える負荷が小さい物品・サービスを優先的に購入する。
環境保全に積極的な取り組みをしている取引先からの購入を優先する。

2. 物品購入などの基本的な考え方

法律、関係団体の規定、社内基準などがある場合はそれに従う
(社内基準とは、商品設計ガイドラインなど)

関係する基準がない場合は、以下を判断基準とする。

1. 第三者機関が発行する「環境ラベル(エコマーク等)の取得

2. 下記の視点で、より環境負荷が少ないこと

- 環境汚染物質などが使用されていない、または削減の工夫がある
- 製造・流通・使用の各段階で、資源やエネルギーの消費量が少ない
- 生態系を壊さない資源採取をおこなっている
- 修理・部品交換などにより長期間使用可能である
- 再使用が可能である
- リサイクルが可能である
(分別が容易な設計、リサイクルシステムがあるなど)
- 再生素材および再使用部品の使用率が高い
- 処分(焼却・埋立)された時に有害物を出さない

3. 対象とする物品など

オフィス用品、資材、原料、設備などサントリーグループが購入するすべての物品・サービス

【グループ会社での取り組み】

外食業界初の「第7回グリーン購入大賞 審査員奨励賞」を受賞

新しい商品企画で特徴あるファーストフード店を展開するファーストキッチン(株)は、業界で初めて「第7回グリーン購入大賞 審査員奨励賞」を受賞しました。ファーストキッチンでは、何度もリユースできる陶製などの飲料容器を使用し、包装紙・ナプキン等の材質は非木材紙にしています。また、店内のトレイや従業員の制服(累計で22,000着購入)にペットボトル再生品を利用するとともに、事務用品も積極的にグリーン購入を行っています。このような取り組みが評価され、ファーストフード業界では初めての受賞となりました。今後も社員の環境意識を高め、さらにグリーン購入を推進していきます。



ネット購買システムによるグリーン購入の推進

近畿ペプシコーラ販売(株)は、自動販売機による清涼飲料・酒類等の販売を行っています。2002年6月に本社、2003年7月には全事業所が環境マネジメントの国際規格ISO14001認証を取得しました。また、2002年からはペットボトル再生繊維のユニフォームの使用を開始し、2004年9月には、環境に配慮した商品を購入するネット購買システムを導入しました。社員が発注した内容を環境担当者がチェックし、環境に配慮した商品であることを確認して発注しています。このような取り組みにより、文具・事務用品購入金額の82%が環境配慮商品となっています。今後もさらに工夫し、グリーン購入を推進していきます。



ペット再生繊維のユニフォーム

安心・安全・高品質な製品づくりを目指して～ 原産地呼称管理制度認定ワインの取り組み <塩尻ワイナリー(長野県塩尻市)>

サントリーは、当社初の長野県原産地呼称管理委員会認定ワインとして、塩尻ワイナリー製造の「塩尻 信州メルロ」同「信州シャルドネ」を2005年6月に発売しました。

「長野県原産地呼称管理制度」とは、農産物やその加工品の原産地が、信州・長野県であることを保証する制度で、2002年から導入されました。より高品質の農産物および農産物加工品の提供、生産情報の消費者への開示によって、消費者の信頼を得ながら地域の振興を図ることを目指しています。

ワインの場合、信州産の葡萄を使い、信州で醸造、瓶詰され、さらに厳しい官能審査(色・香り・味など)に合格したものだけが認定されます。その他、最低糖度や酸化防止剤以外の添加物の不使用などが規定され、認定ワインには、葡萄原産地・葡萄品種・収穫年・醸造地・添加物の5項目の表示をすることとされています。同ワインは、それぞれ塩尻市周辺のメルロ種、北安曇郡池田町産のシャルドネ種を使用。醸造から瓶詰めまで一貫して塩尻ワイナリーで行っています。また、ラベルには長野県原産地呼称管理制度認定マークが入っています。

同ワイナリーは、長野県の中でも特にワイン用葡萄の栽培地に適した塩尻市・桔梗ヶ原地区に位置し、1936年の設立以来「赤玉スイートワイン」の原料酒を供給していますが、加えて、県下の熱心な葡萄栽培農家の方々とともに、長野県ならではの冷涼で乾燥した気候、土壌で育った、優れた葡萄の持ち味を十分に引き出した高級ワインづくりに力を注ぎ、さまざまな醸造法、貯蔵法の試みを続けています。また環境保全活動に取り組み、副産物・廃棄物の100%再資源化を達成しています。

サントリーグループの国内3つのワイナリー(登美の丘ワイナリー(山梨県甲斐市)塩尻ワイナリー、(株)岩の原葡萄園(新潟県上越市))では、今後も安全・安心・高品質なワインづくりに取り組んでいきます。



サントリーの工場では、環境のためにどのような取り組みをしていますか？



サントリーは、「人と自然と技術が響きあう」、環境に調和した地球にやさしい工場を目指しています。

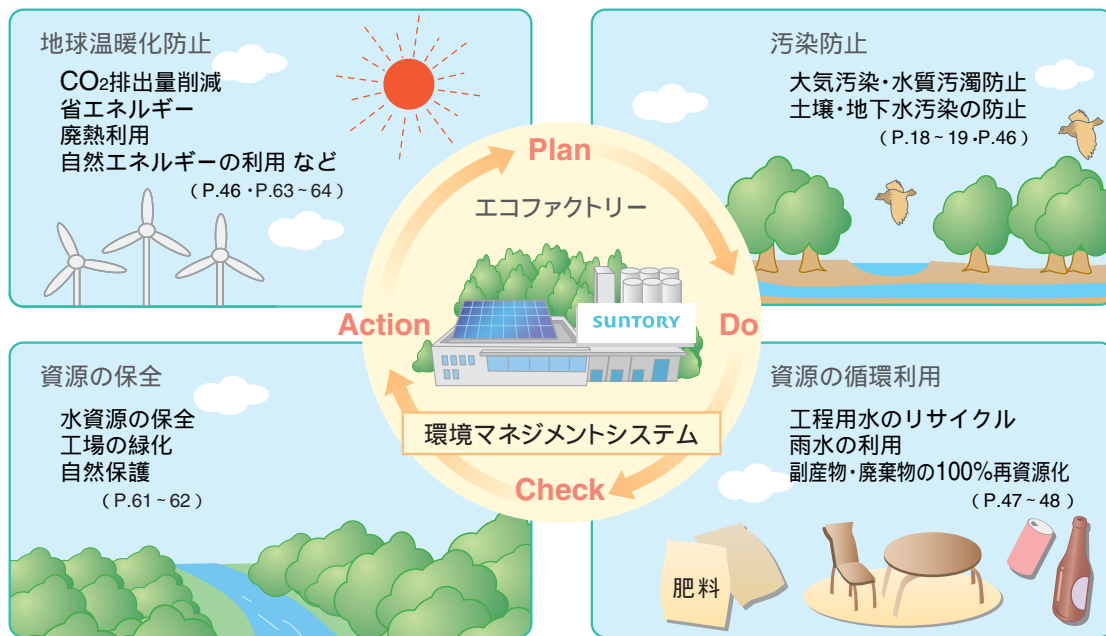
「人と自然と技術が響きあう」エコファクトリー

サントリーの商品は、農産物や水が原料です。したがって、生産に伴って出る副産物や廃棄物もまた再利用可能な貴重な資源です。サントリーの全工場は、副産物・廃棄物の再資源化率100%による「ごみゼロ」に取り組んでいます。さらに主要12工場環境マネジメントの国際規格ISO14001認証取得※をはじめ、CO₂削減、省資源・省エネルギーの徹底、グリーン購入も実現しています。地域の皆様とも交流を深めながら、「人と自然と技術が響きあう」エコファクトリーを目指して、「エコシップ(エコの気持ち)」ですべての活動を行っています。



最新の環境配慮型工場 九州熊本工場

2003年7月竣工の九州熊本工場においては2005～2006年に認証取得予定



京都ビール工場(京都府長岡京市)

「エコ京都21アドバンス」の認定

京都ビール工場(京都府長岡京市)は、コジェネの導入、排水処理方式の変更によるCO₂の大幅削減が評価され、京都府が認定する「エコ京都21」の地球温暖化防止部門の事業所認定を2002年に受けています。その後の取り組みが評価されて、2004年には「エコ京都21アドバンス」に認定されました。今後も京都議定書採択の地の工場としてふさわしい環境活動を進め、さらに上位の認定「エコ京都21マイスター」を目指します。



岩の原葡萄園(新潟県上越市)

自然エネルギーを利用した「雪室」により、年間約4トンのCO₂を削減

サントリーグループの岩の原葡萄園は、資源エネルギー庁と上越市の補助金(計約1,550万円)を得て、2005年3月に雪室(雪エネルギー棟)を再建しました。約330トンの雪を貯蔵し、その雪解け水を循環させて熱交換し、隣接するワイン樽貯蔵庫(1898年建造の石蔵、上越市指定文化財)を冷房します。この自然エネルギーの利用により、年間約4トンのCO₂の削減が可能になりました。



岩の原葡萄園ホームページ
<http://www.iwanohara.sgn.ne.jp/>



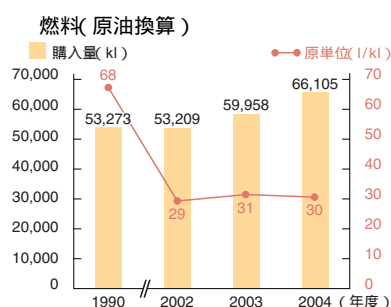
全工場で、燃料・電力・用水の使用量削減、CO₂・大気汚染物質の排出量削減に取り組んでいます。

【省資源・省エネルギーに努めています】

生産活動には燃料や電力が必要ですが、その源は限りある天然資源です。同じく生産活動に不可欠な水もまた大切な天然資源です。サントリーでは、中期ならびに年度目標を策定し、使用・排出の総量・原単位の低減に努めています。2004年度は、エネルギー・用水の原単位はすべて前年度より改善しましたが、購入量は清涼飲料の生産量の伸長により増加しました。

中期(2008年度)原単位目標		
	1990年度比	2003年度比
燃料	56%削減	5.6%削減
電力	46%削減	8.1%削減
用水	46%削減	5.5%削減
CO ₂	57%削減	11.9%削減

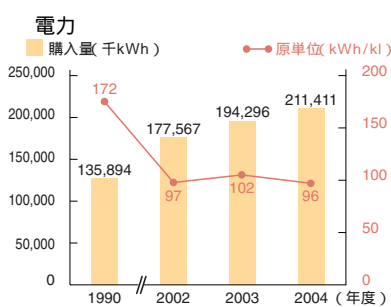
2008年度中期目標の燃料およびCO₂原単位の算出方法は以下のとおり変更しています。
 1 燃料：A重油から原油換算へ変更
 2 CO₂：燃料・発酵・工程・排水由来から燃料・電力由来に変更



2004年度の結果
 総量で前年度比10%増、原単位で前年度比4%減(1990年度比55%減)

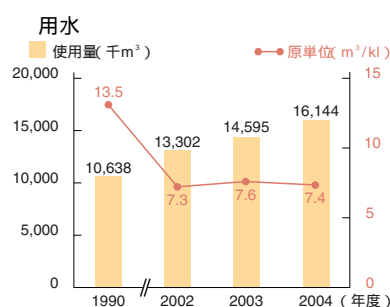
主要因
 榛名・九州・木曾川の3工場での清涼飲料生産増による燃料使用量増加、ウイスキー原酒蒸留量の増加、品質向上のためのコーヒー抽出・濃縮設備の導入など

2004年度より過年度実績も含めて算出方法を従来のA重油換算から原油換算に変更



2004年度の結果
 総量で前年度比9%増、原単位で前年度比5%減少(1990年度比44%減)

主要因
 榛名・九州・木曾川の3工場での清涼飲料の生産増による電力使用量の増加(特に、榛名工場新ラインのフル稼働、九州工場の生産量倍増)など

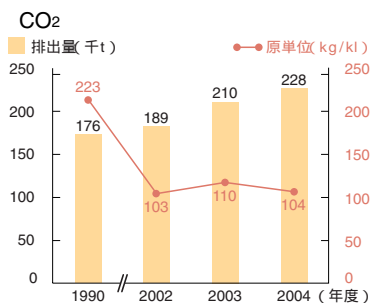


2004年度の結果
 総量で前年度比11%増、原単位で前年度比4%減(1990年度比45%減少)

主要因
 榛名・九州・木曾川の3工場での清涼飲料の生産増による用水量の増加(特に九州工場の生産量倍増、ウイスキー原酒蒸留量の増加)など

【大気への排出(CO₂、SO_x、NO_x)の削減に努めています】

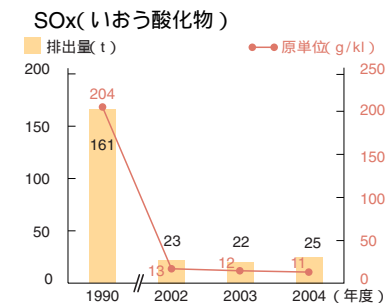
CO₂、SO_x、NO_xなどの放出は、地球温暖化や酸性雨の原因になります。2004年度のCO₂排出量は、生産量の増加により総量では増加しましたが、原単位では減少しました。CO₂排出量削減のため、今後も計画的に燃料転換を進めていきます。また工場ごとに法規制より厳しい自主基準を設定して、SO_x、NO_xの排出量削減に取り組んでいます。重油を使用する清涼飲料工場での燃料消費量増加により、原単位は減少したものの、SO_xの総排出量は前年度より増加しました。



2004年度の結果
 総量で前年度比9%増、原単位で前年度比5%減(1990年度比53%減)

主要因
 榛名・九州・木曾川の3工場での清涼飲料の生産増による燃料使用量の増加、ウイスキー原酒蒸留量の増加など

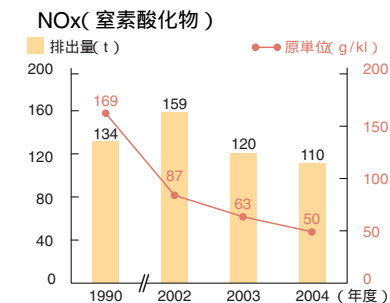
2004年度より過年度実績も含めて算出方法を従来の燃料・発酵・工程・排水由来から燃料・電力由来に変更



2004年度の結果
 総量で前年度比10%増、原単位で前年度比4%減(1990年度比95%減)

主要因
 A重油使用の清涼飲料工場での燃料消費量増加

1990年度と比較しての大幅な減少は、燃料転換および省エネ活動による原単位の低減による



2004年度の結果
 総量で前年度比9%減、原単位で前年度比20%減(1990年度比70%減)

主要因
 総量減は、ディーゼル発電機の稼働停止、低NO_xバーナーの採用。原単位減は、清涼飲料生産量の増加による



工場から出る副産物・廃棄物の100%再資源化とともに排出量の削減も進めています。

全工場で副産物・廃棄物の再資源化率100%に取り組んでいます

2004年度の全工場の副産物・廃棄物の排出量は159,206トンで、前年度より総量では約17%、原単位では約1.9%増加しました。

増加の要因は総量では製造量の伸長、原単位は植物性残さ量の多い製品(お茶・コーヒーなど)の割合が増えたことによるものです。

2000年度末に全工場で達成し、2003年度まで維持していた再資源化率100%は、利根川ビール工場から排出された廃棄物約1.8トンの再資源化ができず、2004年度は達成できませんでした。一部の特別管理産業廃棄物(引火性の廃油)の再資源化用途が見つからず、保管量が消防法上の許容量を超えるおそれがあったため、やむをえず焼却処分を委託しました。なお、現在は、再度入念に再資源化先を探索し、再資源化率100%の体制を整えました。

排出物の種類ごとに用途を開拓して再資源化しています

当社の排出物としては、製品の原料としての農作物の粕である植物性残さが最も多く、次いで多いのは排水処理から発生する汚泥です。

植物性残さ(麦芽糖化粕、茶粕、コーヒー粕など)

ウイスキーやビールの原料である大麦麦芽の糖化粕(穀皮)は、事業開始以来、家畜の飼料として販売し、ウーロン茶やコーヒー豆の抽出粕は有機肥料の原料として利用されています。

汚泥

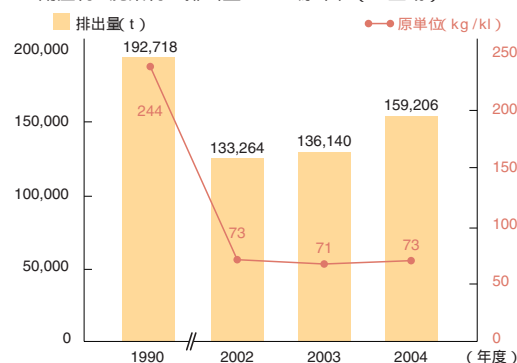
排水処理施設から発生した汚泥は有機肥料にリサイクルされます。当社のような酒類・飲料工場から発生する汚泥は有害物質を含まないため、安心して利用されています。なお、嫌気性排水処理法を採用することにより汚泥の発生量を減らしています。

副産物・廃棄物の排出量、再資源化率および用途(全工場)

排出物の種類	主要用途	2002年度		2003年度		2004年度	
		排出量 トン	再資源化率 %	排出量 トン	再資源化率 %	排出量 トン	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	88,270	100.0	93,440	100.0	110,888	100.0
汚泥(余剰汚泥など)	肥料	20,055	100.0	21,552	100.0	26,055	100.0
木くず(樽材、パレット)	家具材・合板原料	8,876	100.0	8,764	100.0	8,950	100.0
ガラス・陶磁器くず	ガラス原料・路盤材	7,704	100.0	4,886	100.0	4,043	100.0
紙くず(ダンボール、ラベル粕など)	再生紙・ダンボール原料	2,485	100.0	3,133	100.0	3,746	100.0
廃プラスチック類	パレット・固形燃料・助燃剤	2,120	100.0	2,268	100.0	2,805	100.0
金属くず(アルミ、鉄)	アルミ・スチール原料	3,186	100.0	2,025	100.0	2,172	100.0
その他		568	100.0	71	100.0	547	99.9
合計		133,264	100.0	136,140	100.0	159,206	100.0

中期(2008年度)副産物・廃棄物目標 再資源化率100%を維持

副産物・廃棄物の排出量とその原単位(全工場)

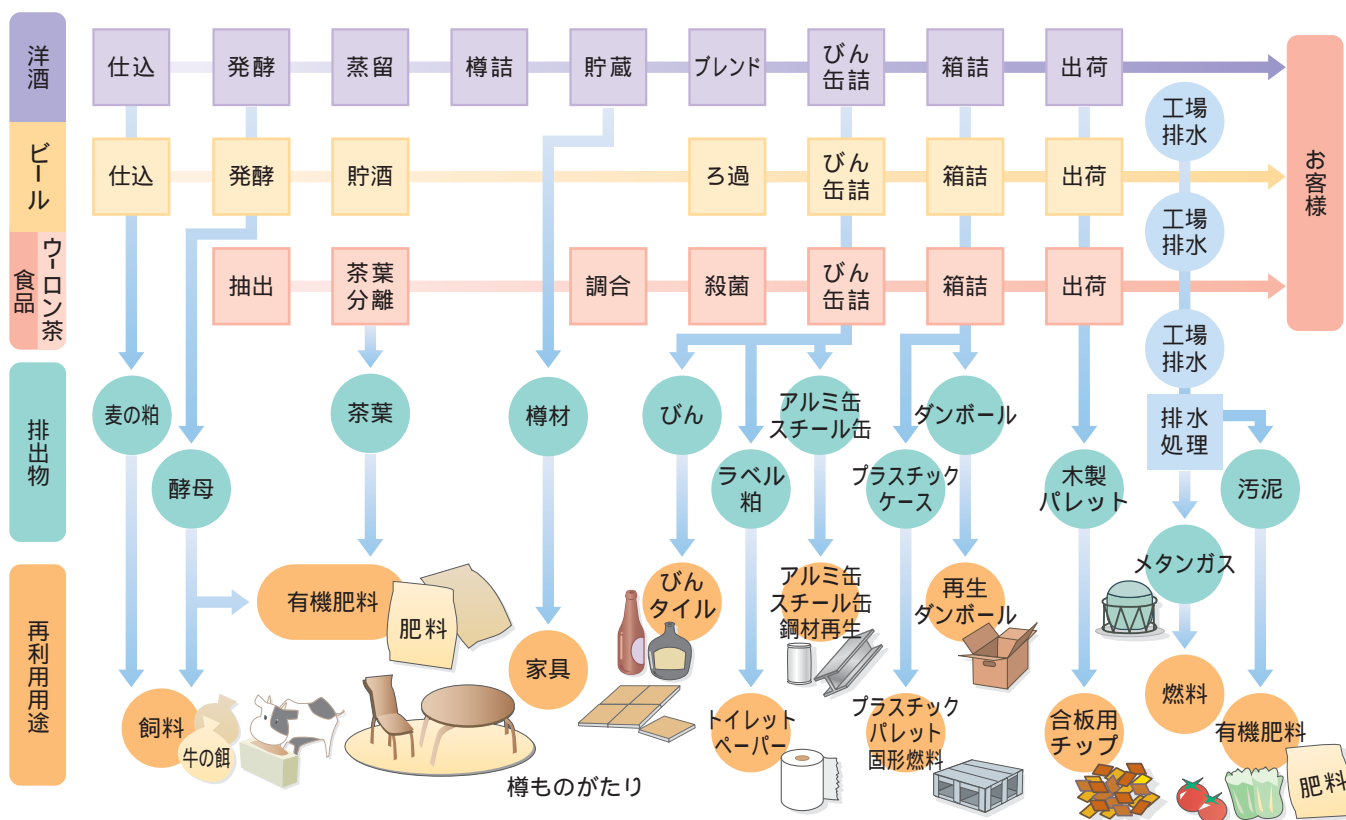


工場における副産物・廃棄物の再利用

工場から出る副産物や廃棄物はさまざまな用途に再資源化されています。例えば、ビールびんからはがされたラベル粕は、トイレトペーパーに加工され、ビール工場のトイレに戻ってきます。何度も再使用して役目を終えたビールびん本体は、破砕・加工され、再びビールびんに生まれ変わるだけでなく、工場の外壁を覆うタイルや場内の舗道の敷石として使用されています。



ガラスびんカレット再生タイル



工場から排出された汚泥が、おいしい高原野菜を育てています。

利根川、武蔵野、梓の森3工場から排出された汚泥(有機廃棄物)は、群馬県昭和村の新栄産業様で発酵肥料に加工され、昭和村をはじめとする利根郡・勢多郡の、およそ250軒の農家の皆様によって、白菜、レタス、うど、こんにゃく、ふき、かぼちゃなどのおいしい高原野菜の栽培に活用されています。

昭和村から、赤城高原のやせた土地を、より良い作物を収穫できる土地に改良することができないかという相談を受けた新栄産業様は、1981年から堆肥生産に取り組み「努力・協力・感謝・親切・丁寧」をモットーに改良・研究を続けながら今日に至っています。ここで生産される6種類の肥料の中心は、汚泥に植物質原料(きのこハイオガ・おから)を混合し、1週間程度発酵乾燥して作る発酵肥料ですが、180日間も熟成させるプレミアムクラスの発酵肥料も製造されています。

また、安全性・品質を維持するために、県の分析センターで定期的な検査を受けるとともに、自社の施設で実際に野菜を生産し、生育状況の観察も行っています。



武蔵野ビール工場ファミリーフェスティバルでの販売会風景





サントリーでは地域の皆様との共生を目指し、さまざまな取り組みを行っています。

山崎蒸溜所(大阪府三島郡島本町)

【活動内容】地下水保全活動

山崎蒸溜所の地元には、大阪府下で唯一名水百選に選ばれた、水無瀬神宮「離宮の水」があります。国指定重要文化財の茶室「灯心亭」があり、現在も、その水を汲みにくる人が絶えません。その水を保存しようと、行政・神宮関係者・地元有志・地元企業約40名で構成される保存会があり、山崎蒸溜所の歴代工場長がその会長職を務めています。定期的な井戸周辺の清掃などの活動をはじめ、各地での名水保存活動との連携を図りつつ貴重な地下水保全に努力しています。



井戸周辺の清掃風景

登美の丘ワイナリー(山梨県甲斐市)

【活動内容】登美の丘ワイナリー版「緑の国勢調査」

山林を含めて総面積約150haの広大な敷地を持つ自家葡萄園 登美の丘ワイナリーには、国蝶のオオムラサキをはじめ、さまざまな動植物が生息しています。ワイナリーでは全従業員が参加して、環境省の方法に準じてこれらの動植物の生息状況を観察する「緑の国勢調査」を、2001年度から毎年行っています。勤務の合間にも昆虫の餌となるエノキ、クヌギを植林し、地元自治体と協賛した桜の植樹(総数1,250本)も行うなど、自然とふれあいながら動植物の生息環境の保全活動を行っています。

2004年度結果考察

2004年度に観察された動植物は、環境省指定の指標動植物以外(印)も多く含まれています。これは特殊な動植物が印象に残るためと思われる。梅雨が短く天候が良かったためオオムラサキの飛翔が良く見られたようです。また、表には現れていませんが、栽培担当の人たちを中心にキツネが多く観察されています。また、現在では花粉症とは関係ないと言われているセイタカアワダチソウも復活しました。

2004年度「緑の国勢調査」結果

動物	観察件数	2004年度順位	2003年度順位
スズメ	51	1	1
ツバメ	46	2	2
オオムラサキ	35	3	5
ミンミンゼミ	30	4	4
カブトムシ	28	5	3
トンビ	26	6	8
ヤマドリ(キジ)	23	7	7
イノシシ	20	8	10
ニホンリス	19	9	9
オニヤンマ	19	9	6

植物	観察件数	2004年度順位	2003年度順位
セイヨウタンポポ	30	1	1
ヒガンバナ	23	2	2
オオイヌフグリ	18	3	3
スギナ	17	4	4
セイタカアワダチソウ	11	5	圏外
ワラビ	11	5	7
在来タンポポ	11	5	5

環境省指定指標動植物

梓の森工場(栃木県栃木市)

【活動内容】梓の森自然学校

梓の森工場(酒類等の製造)では、地元の教育関係者や林務事務所と共同して子どもたちが自然の大切さを学べる教育プログラムを開発し、2003年から「梓の森自然学校」を開校しました。森林の働きを学び、森林を探検し、グループごとにさらに詳しく研究した子どもたちの発表会には工場長も招待されています。多くの子どもたちから出る「緑を、自然を、もっと大切にしなければいけないと思った」という感想を支えに、工場の自然を守りながら、子どもたちが自然環境について学べる活動を継続していきます。



巣箱かけ

武蔵野ビール工場（東京都府中市）

【活動内容】府中市市民環境フォーラムに参加

2004年12月、府中市の市制施行50周年記念事業の一環として開催された、企業と市民と行政の対話の集い「市民環境フォーラム」に武蔵野ビール工場が参加しました。基調講演、企業3社からの環境活動報告、企業と市民の協働する“快適なまちづくり”についてのパネル討論などが行われ、サントリーの環境への取り組みについて、参加された市民の皆様から高い評価をいただきました。

これからも、「企業・市民・行政」一体となった環境活動に積極的に参加していきます。また、2004年より武蔵野ビール工場の地元府中市内限定で、「府中の緑を守ろう」をテーマに「モルツ府中缶」を発売。同製品の売り上げの一部は府中市に寄附し、自然保護活動に使われます。



市民環境フォーラム

木曽川工場（愛知県犬山市）

【活動内容】アダプト・プログラムに参加

「アダプト・プログラム」とは市民と行政が協働で進める「まち美化」活動。アダプト(adopt)には「養子にする」という意味があり、公共の場所を養子にみたと、市民が里親となって清掃し、それを行政が支援する仕組みです。1985年に米国で始まり、日本では(社)食品容器環境美化協会が推進するこの活動は、1998年以降各地の自治体に導入されています。従来から周辺の清掃を行っていた木曽川工場(清涼飲料等の製造)では、2004年9月に犬山市と合意書を交わし、アダプト・プログラムを実施しています。



美化清掃活動

榛名工場（群馬県渋川市）

【活動内容】夏休み親子見学会の開催

榛名工場(清涼飲料の製造)では2004年8月に「夏休み親子見学会」を開催し、2日間で総勢100名の親子連れのご参加をいただきました。通常、工場見学を行っていない榛名工場としては初めての試みでしたが、製品紹介、製造工程説明に加えて、紙芝居による「環境のお話」、分別を体験できる「空き缶つり」などを楽しんでいただきました。「工場に来るのは初めて」という方が多かっただけに、サントリーに親しみを感じていただけたようです。今後も地元の方々に愛される工場を目指してさまざまな活動を行っていきます。



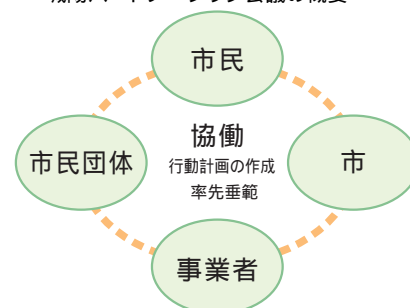
空き缶つり

サントリー食品工業(株) 宇治川工場(京都府城陽市)

【活動内容】城陽環境パートナーシップ会議に参加

サントリー食品工業(株)宇治川工場(清涼飲料の製造)では、2003年にISO14001の認証を取得し、自主基準の制定による工場排水の水質管理の強化、周辺の河川敷の定期的な清掃活動の実施など、地域環境の保全に努めています。また、「城陽パートナーシップ会議」に賛助会員として発足時から参画し、運営委員を務めています。この会議は2003年に設立され、城陽市・市民・市民団体・事業者のパートナーシップによって、地域の良好な環境の保全や地球環境の保全に取り組んでいます。

城陽パートナーシップ会議の概要





サントリーでは、環境負荷の継続的な改善を目指し、技術開発と先端技術の導入に取り組んでいます。

コジェネレーションシステムの導入とエネルギーの効率利用を推進しています

コジェネレーション(以下コジェネ)は、都市ガスなどを用いて発電し、その際に発生する廃熱で蒸気を作る方法で、通常の発電所では廃棄される廃熱を利用するため、エネルギー効率が70~80%と極めて高く、CO₂の排出も20~30%削減できます。現在は武蔵野ビール工場、大阪工場、京都ビール工場で稼働していますが、今後はエネルギー使用量の多い利根川ビール工場、榛名工場でも、それぞれの特性に合わせたコジェネを導入していきます。

[武蔵野ビール工場]

1989年サントリー初のコジェネ導入

1989年にサントリーで初めてコジェネを導入しました。ガスタービンを利用したコジェネで、VRC※設備および蒸気タービン冷凍機を組み合わせることでエネルギー効率を上げ、CO₂削減にも寄与しています。

VRQ(排蒸気再圧縮): Vapor re-compressionの略
使用後圧力の低下した排蒸気を圧縮して、再び圧力の高い蒸気にする装置。
ボイラーで蒸気を作成する場合に比べて約10分の1のエネルギーで圧力の高い蒸気にすることができる。

[大阪工場]

廃アルコール類エネルギーの活用により大幅な省エネ実現

1999年にVRCと廃アルコール類エネルギー回収設備を組み合わせたコジェネを導入しました。ガスタービン発電機の廃熱、VRCからの再圧縮蒸気を蒸留熱源とするとともに、アルコール蒸留工程から分離されるバイオマスである廃アルコールを燃料として利用できる高効率ボイラーの採用により、大幅な省エネルギーを達成しました。

[京都ビール工場]

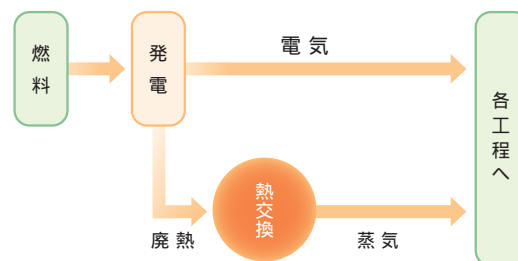
2号機導入により16%の省エネ、6,800トンのCO₂削減

2000年、京都ビール工場に導入したコジェネシステムでは、嫌気性排水処理から発生するバイオガス(メタン)を、日本で初めて廃熱ボイラーの助燃燃料として活用することに成功しました。また、蒸気アキュムレータ(蓄積器)を設置することで、ビール工場特有の蒸気負荷の激しい変動を吸収し、稼働時間の延長、安定化を実現しました。その結果、排水処理で発生するバイオガスをほぼ全量利用することができ、システム全体のエネルギー効率は93.5%と非常に高性能となり、エネルギーおよび排出CO₂を大幅に削減しました。

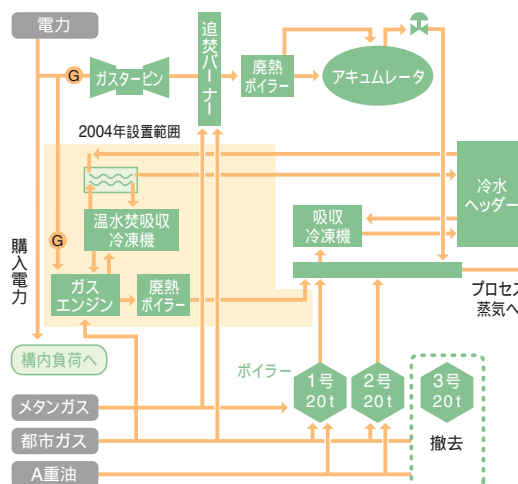
さらに自工場のエネルギー供給、使用システムを解析し、2004年、コジェネ2号機を導入しました。2号機には、発電効率が高く、頻繁な稼働・停止が可能なガスエンジンを採用した結果、電力の60%を自家発電でまかなえるだけでなく、蒸気負荷が少ない時でも発電できるようになりました。

また廃熱ボイラー以外にエンジンの冷却水から得られる温水を利用する温水焚吸収式冷凍機の併設により、エネルギーの効率は75%となりました。以上2基のコジェネ導入により16%の省エネ、年間6,800トンのCO₂削減を実現しました。

コジェネレーションシステムの概要



京都ビール工場コジェネ2号機導入後



京都ビール工場

燃料転換により、約15%のCO₂の削減を行っています[利根川ビール工場]

利根川ビール工場(群馬県邑楽郡千代田町)では、従来、ボイラー燃料としてLPG(液化石油ガス)を使用していましたが、工場近くまで都市ガスのパイプラインが敷設されたことを契機に、2004年5月、都市ガスに燃料転換しました。これにより、約15%のCO₂削減が可能になりました。

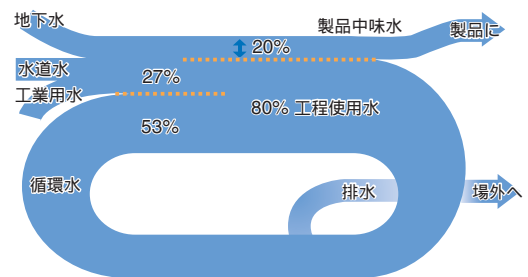
今後、コジェネの導入も計画し、一層のCO₂排出量の削減に取り組めます。

循環水システムにより水使用量を半分に[高砂工場]

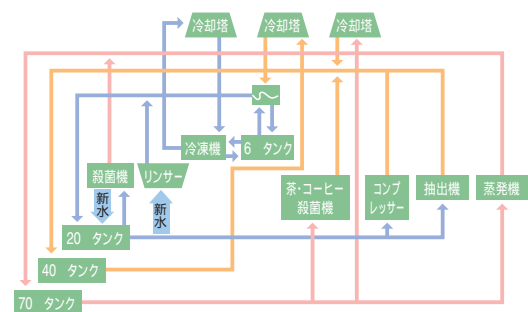
1999年に竣工した高砂工場では、工場設計時から工程用水の再利用を考慮し、工場で使用される約半分、工程使用水の3分の2を循環再使用しています。清涼飲料の製造では、加熱や、冷却の工程があり、高温から低温までの複数の温度帯の水が利用され、回収されます。高砂工場では循環水を20℃・40℃・70℃の3つの温度帯に分けて、それぞれが熱交換され回収・再使用されています。この循環システムは、水の再利用によって節水ができるだけでなく、それぞれの水の熱エネルギーを有効活用でき、省エネルギーにも貢献しています。2003年に竣工した九州熊本工場でも、高砂工場と同様の考え方で節水と省エネルギーを図っています。

<高砂工場>

循環水システムによる節水効果



循環水システム(水・熱回収システム)概略フロー



最新の環境配慮型工場、サントリー九州熊本工場

業界初の本格的なハイブリッド(総合)工場

2003年に竣工した九州熊本工場は、ビール・発泡酒と清涼飲料という中味も製法も異なる製品の製造設備を併設して、多品種生産ができる業界初の本格的なハイブリッド工場です。また、さまざまな環境配慮設備を取り揃えた最新型工場であり、消費地に近い場所で生産することによって、出荷時の輸送による環境負荷も減らしています。



省エネルギーに努めています

ビールの醸造工程で、麦汁を煮沸する際に釜から発生する蒸気も再度熱源に利用しています。また、太陽光発電パネルから得られる電力も利用し、夜間電力を利用した氷蓄熱設備を導入して昼間のピーク時の電力使用量を減らしています。排水処理時に発生するメタンガスは、回収して燃料として再利用しています。



光透過型の太陽光発電パネル

CO₂発生量を削減しています

ボイラー燃料に、重油に比べてCO₂発生が3割少ない都市ガスを使用。ビール・発泡酒の発酵工程から出るCO₂を回収し、炭酸飲料などに有効利用しています。また、工場内の運搬にも圧縮天然ガスを燃料にしたCNGフォークリフトを使用し、CO₂の排出を減らしています。



CNGフォークリフト

水を大切にしています

一度使った水の3分の1は3段階に設定した水温別に回収し、工場内で循環使用しています。また、倉庫の屋根に降った雨水は、地下の貯水槽に貯めて、空調用の冷却水や植木への散水に利用しています。工場排水は微生物を使って浄化し、国の基準より厳しい当社基準によってきれいな水にしてから川に流すなど、細心の注意を払っています。



雨水タンク

100%再資源化を実現しています

副産物・廃棄物を100%再資源化しています。ビール醸造で出る麦芽の糖化粕は牛馬の飼料にされ、茶殻やコーヒー粕もすべて有機肥料として再資源化されています。もちろん事務所から出るごみも分別を徹底し、再資源化されています。



糖化粕の袋詰め

物流や販売では、環境へどんな配慮をしていますか？

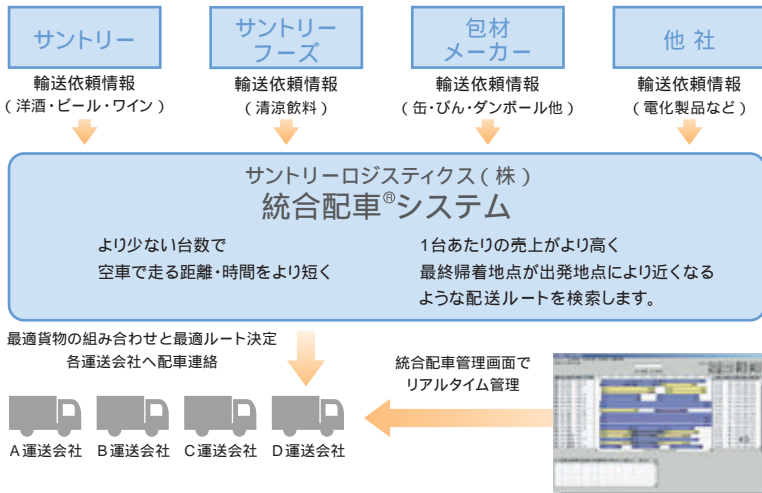


効率的な配送システムの採用やエコベンダー（環境配慮の自動販売機）の導入など、環境に配慮した方法で、商品をお届けしています。

環境保全を考えた物流

サントリーでは、原料・包資材の調達から商品をお客様にお届けするまでの一連のロジスティクス活動において、地球環境負荷削減のため、モーダルシフトを推進するとともに、自社で開発した「Web統合配車®システム」を活用し他社との連携を進めて高効率輸送を実施しています。2004年度は、輸配送量（重量×距離）は9%増加しましたが、輸送効率の改善により、CO₂排出総量は8%の増加、SO_x、NO_xの排出量は、それぞれ前年度比7%の増加に抑えることができました。

統合配車®システムのイメージ



CO₂削減に取り組んでいます

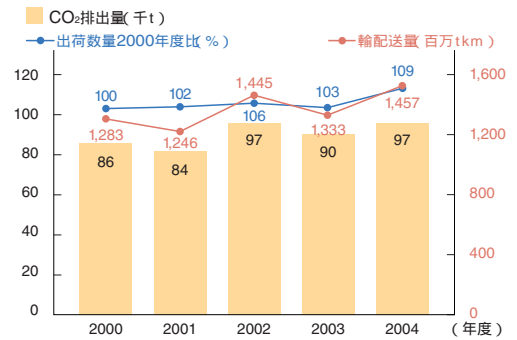
モーダルシフトと車両の大型化の推進

中長距離輸送には、トラックよりもCO₂排出量の少ない鉄道・海上船舶輸送に変更するモーダルシフトを推進しています。2004年度は船舶輸送が1%増、鉄道が1%減により、モーダルシフト率は前年度と同様の28%となりました。またトレーラーの利用などにより車両の大型化率は11%向上し、69%となりました。

エコドライブなどの推進

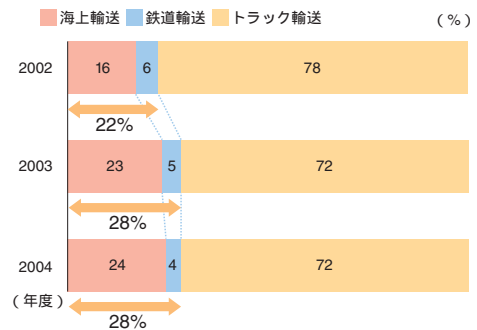
「アイドリングストップ」を推進し、排出ガス抑制に努めています。また、デジタルタコメーターの装着などによりエコドライブ（環境負荷の少ない運転）に取り組んでいます。国土交通省が推進するトラック業者のグリーン経営認証制度については、2005年末までに物流協力会社事業所の43拠点（53%）で申請・登録する予定です。

輸送時におけるCO₂排出量

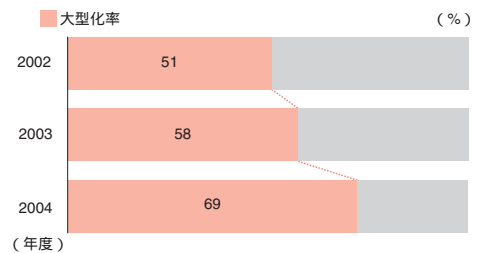


注 輸配送量の単位を2004年まで「千tkm」としていましたが「百万tkm」の誤りでした。

モーダルシフト比の推移



大型化率の推移



物流協力会社の皆様とCO₂排出量削減に取り組んでいます

サントリーでは、物流協力会社からの月別・車両別走行距離、燃料使用量、積載量などのデータを基に、CO₂排出抑制の確認や、削減目標の策定につなげたいと考えています。2005年中に各社のサントリー貨物の運行実績データを整え、物流事業者と連携した環境調和型の物流をさらに推進していきたいと考えています。



サントリー(株) 物流部 課長 伊藤義裕

販売での環境配慮

環境負荷の少ない「エコベンダー」の導入を拡大しています

エコベンダー導入比率93%に拡大

自動販売機は省エネ法上の「特定機器」に指定されています。自販機メーカーでは、2005年を目標に1台あたりの年間消費電力量を2000年の70%に削減する努力をしていますが、サントリーでは、1996年にエコベンダー（消費電力の少ない自動販売機）の導入を開始し、サントリーの全自動販売機約41万台に占めるエコベンダーの割合は、2004年には93%にまで達しています。

また、自動販売機の長寿命化・リユースを推進するために、サントリーでは独自の仕様を指定しています。これによって部品の標準化や構造の改良が進み、廃棄自動販売機の部品の一部を再生して使用しています。また同時に、分解・組立も容易になり、自動販売機整備の拠点（全国71事業場）を通じて実施されているメンテナンスの作業性の向上にもつながっています。



エコベンダー

自動販売機処理システムを展開し、適正処理とリサイクルを図っています

業界に先駆けて、1997年1月から「自動販売機廃棄処理システム」を全国規模で展開し、リサイクルに努めています。2001年4月の「廃棄物処理法」改正を受け、廃棄される自動販売機の事前選別から最終処分にかかるまで、厳しい管理を実施しています。冷媒であるフロンについては、2002年4月施行の「フロン回収・破壊法」に基づいて回収量の把握・適正破壊処理を実施し、2004年には約12.7トンのフロンを回収・破壊しています。なお2005年度よりフロン不使用の自動販売機の導入を開始します。

空容器の散乱防止に取り組んでいます

飲料6団体が結成する（社）食品容器環境美化協会の主要メンバーとして、環境美化のため空容器の散乱防止活動に取り組み、自動販売機1台に1個を基本に空容器回収ボックスを設置しています。この回収ボックスは、再生ペット樹脂製で、2004年度には164トンの樹脂を使用しました。また散乱防止のための統一美化マークと管理責任の所在を明確にする管理者統一ステッカーを貼付しています。2005年からは自動販売機の設置場所を示す「住所表示ステッカー」を貼付し、事件・事故・災害時の緊急通報に役立てています。

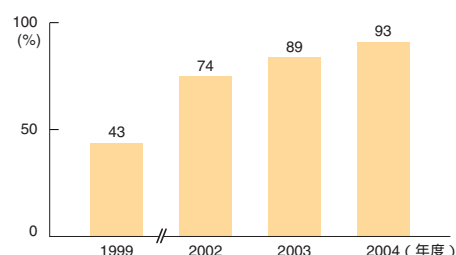


住所表示ステッカー



統一美化マーク

全自動販売機に占めるエコベンダーの割合



エコシップの数字

空容器回収ボックスに再生した使用済みペットボトル(500ml)の本数

516万本
(2004年度)



自動販売機の横に設置されている空容器回収ボックスは、使用済みペットボトルで作られています。2004年度はこのために再生ペット樹脂を164トン使いましたが、これは500mlペットボトル516万本に相当します。

e o

「緊急時飲料提供ベンダー」を開発

サントリーは、災害時に飲料を無償提供できる新しい自動販売機「緊急時飲料提供ベンダー」を開発。通常は自販機として飲料を販売し、災害時には設置主の同意のもと飲料を無償提供します。行政施設や病院など屋内を中心に2005年中に300台の設置を目指しています。

緊急時には小窓から手を入れてレバー操作でロックを解除



【オフィスでの取り組み】

ごみの減量・リサイクルへの取り組み

サントリーはオフィスでの環境負荷低減のため、さまざまな活動を行っていますが、特にごみの減量化と再資源化に重点をおいて取り組んでいます。大阪本社・東京支社ビル(赤坂見附)では、誰でも正しい分別ができるよう、分別ごみ箱の表示を具体的な表記にするなどの工夫を行い、徹底したごみ分別を実施した結果、2004年度の再資源化率は2003年度より2%改善し95%となりました。「ペーパーレス」や「用紙の裏面利用」などの活動も推進し、本社ではコピー用紙の納入枚数を4%削減、また飲料水サーバーに紙コップの繰り返し使用を呼びかける貼り紙を貼ることで紙コップ使用量を4%削減しています。東京支社では芯無しのトイレトーパーへの切り替えを行うなど、紙資源の使用量削減に取り組ましました。2005年度は、さらなる従業員の意識の向上を図り、紙使用量の削減及びごみ分別の一層の徹底に取り組むことで、本社と2005年1月から稼動したお台場新オフィスにおける廃棄物再資源化率の2%改善を目指します。



お台場新オフィス

大阪・本社「ごみ減量優良建築物表彰」5年連続受賞

大阪の本社ビルでは早くからごみの分別に取り組んでいます。このような廃棄物の減量推進と適正処理が評価され、5年連続で「ごみ減量優良建築物表彰」を受賞しています。



「ごみ減量優良建築物表彰」表彰状

＜環境に配慮した東京・お台場新オフィス＞



サントリー(株)
新ビルチーム 坊 功造

サントリーは、2005年1月から新オフィスでの業務を開始しました。1,600人が働くこのビルにはさまざまな環境配慮が盛り込まれています。太陽光パネルの設置、人感センサーによる節電、熱を逃しにくいペアガラスの採用などにより、従来型に比べて25%以上の省エネ効果が実現でき、(財)建築環境・省エネルギー機構から、省エネ性能の最上レベル「レベル2」の認定を受けています。また、ビルエネルギーマネジメントシステム(BEMS)の使用により、日々の温度や電力などのデータを蓄積・分析し、継続的なエネルギーの低減を目指しています。

雨水利用、節水仕様・中水(再生水)利用のトイレなどさまざまな水資源節約の活動や、ペーパーレス、用紙の裏面利用などの紙資源利用量削減の活動も継続しています。また、新オフィス建築時には施工業者にご協力をいただきゼロエミッションを実現しました。オフィス内には分別収集を推進するため7分別の大きなごみ箱を設置し、リサイクル率100%を目指しています。

オフィスの各フロアには、ウイスキー樽をリサイクルした床材を利用し、1階西側通路にはガラスびんのその他色レットを使用した床材(クリスタルクレア)を利用するなど各所にリサイクル品を積極的に利用しています。



太陽光発電システム表示板



樽材を再利用したフローリング



7分別ごみ箱

容器リサイクルについて どのような活動をしていますか？



大量に容器を使用する企業の社会的責任として、容器リサイクルの推進に向け社内および業界での活動に積極的に取り組んでいます。

サントリーは酒類・清涼飲料メーカーとして、大量のガラスびん・缶・ペットボトルを容器として使用しています。これらの容器を回収しリサイクルすることは、容器の原料となる資源を節約できるだけでなく、容器の製造に使うエネルギー使用量の大幅な削減につながります。そのためサントリーは、業界団体、自治体、お客様と協力して容器リサイクルに取り組んでいます。容器リサイクル法の浸透により、回収率が年々向上しています。ガラスびんや缶のリサイクル率は80%を超え、ペットボトルの回収率も60%以上と世界的にも最高のレベルに達しています。

(参考)米国内でのリサイクル率：ペットボトル19.9%、アルミ缶53.4%

容器回収への取り組み

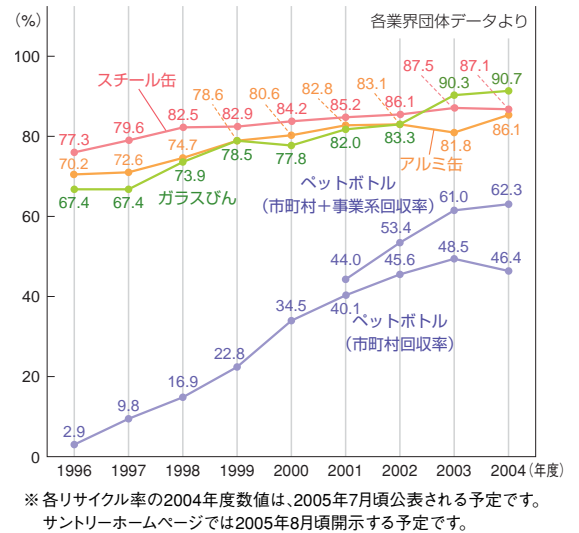
例えばガラスびんの場合、ビール・発泡酒や飲食店用の清涼飲料のリターナブル容器は自社ルートで回収し、洗って何度も再使用しています。一方、ワンウェイ容器は、メーカー各社の容器が混在するため、効率的な市町村などの社会的な回収ルートを活用しています。

(2004年リターナブルびん回収総量 143百万本)

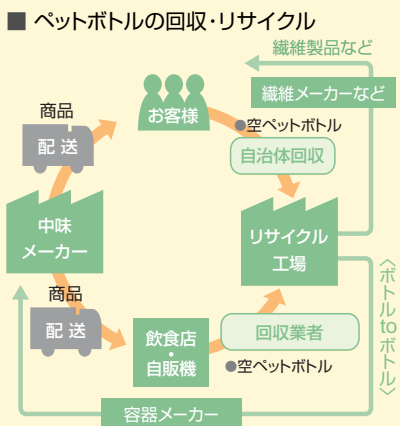
事業系ガラスびんの回収

酒販店・飲食店から排出される事業系ガラスびんについて、1974年に専門の回収業者による回収ルートを構築し、流通チャネルでの回収活動を支援しています。

■ 容器回収率の推移

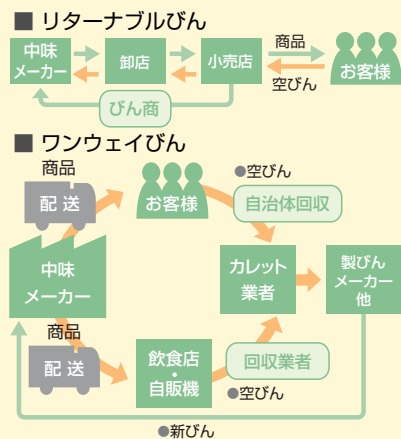


ペットボトルの回収



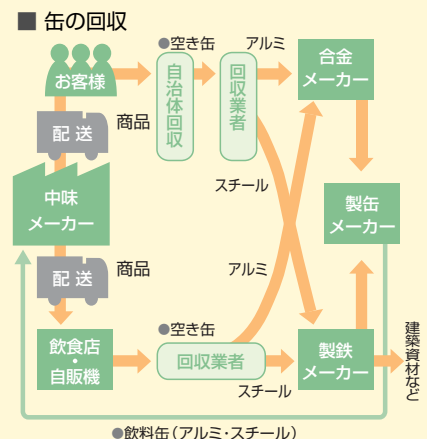
ペットボトルの回収量・回収率共に着実に伸び、事業系の回収量を加えた回収率は60%を超えています。また、この数字に使用済みペットボトルの資源としての輸出力(中国などで繊維の原料として使用)を加えると、実質のリサイクル率はさらに高いものになっていると推測されます。

ガラスびんの回収



古くから飲料容器としての歴史のあるガラスびんは、その回収ルートも確立されています。市町村などによって収集された使用済みのガラスびんは、カレット(ガラスびんを細かく砕いたもの)にされ、主にガラスびん製造の原料に使用されていますが、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。

缶の回収



使用済みの飲料缶(アルミ、スチール)は、資源として有価で取引され、各種の回収ルートを経由して、再び缶や、自動車・建設資材などに再生されています。リサイクルすれば、ボーキサイト(アルミの原料)や鉄鉱石(鉄の原料)から作るときと比べて、アルミ缶で97%、スチール缶で75%ものエネルギーを節約できるのです。

ペットボトルのリサイクルについて 詳しくご紹介します

ペットボトルのマテリアルリサイクル

回収されたペットボトルは、異物などを除去して洗浄・裁断され、フレーク（碎片）やペレット（粒状）になります。溶かされたフレークやペレットは、糸に紡がれてシャツなどの繊維製品、薄く伸ばされて卵パックなどのシート製品、成型されてプランターや文房具などに生まれ変わります。このような手法をマテリアル（材料）リサイクルといいます。



フレーク ペレット ペット再生綿



サントリー工場ご案内担当者の
ペットボトル再生繊維の制服

サントリーは、リサイクルシステムの 構築と円滑な運営に努めています

リサイクルシステムの構築・円滑な運営のため、業界や社会での活動にも積極的に参画しています。1997年に施行された容器包装リサイクル法は、消費者・市町村・事業者の責任分担を明確にしたものです。サントリーは、法を遵守し、再商品化委託料を負担することで事業者としてのリサイクルの義務を果たすとともに、各種リサイクル業界団体に積極的に参画し効率的なリサイクルシステム構築と、リサイクルの推進に努めています。

<サントリーが参画しているリサイクル業界団体>

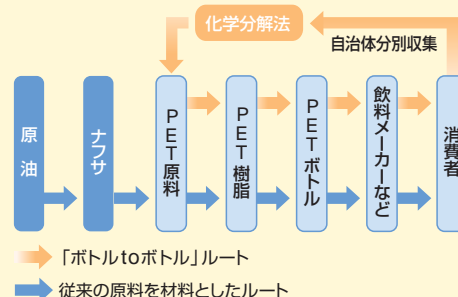
(2005年 3月31日現在)

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ● 容器包装リサイクル法全般
(財)日本容器包装リサイクル協会
http://www.jcpra.or.jp
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、ガラスびん事業部長(1名出向) ● 飲料容器の散乱防止
(社)食品容器環境美化協会
http://www.kankyobika.or.jp/
役職: 企画委員 ● ガラスびんのリサイクル
ガラスびんリサイクル促進協議会
http://www.glass-recycle-as.gr.jp/
役職: 運営委員、企画委員、ポトラー委員、広報委員 | <ul style="list-style-type: none"> ● ペットボトルのリサイクル
PETボトルリサイクル推進協議会
http://www.petbottle-rec.gr.jp/
役職: 理事、推進委員、再利用委員、広報調査委員、BTB検討技術委員会 委員長 ● アルミ缶のリサイクル
アルミ缶リサイクル協会
http://www.alumi-can.or.jp/
役職: 理事、企画委員 |
| <p><酒類・飲料業界団体の環境関連委員会への参画></p> <ul style="list-style-type: none"> ● 全国清涼飲料工業会
(環境委員会、自販機委員会)
http://www.j-sda.or.jp/ ● ビール酒造組合(容器環境部会)
http://www.brewers.or.jp/index.html ● 日本洋酒酒造組合
(社会環境問題対策委員会) | <ul style="list-style-type: none"> ● 日本蒸留酒組合
(社会環境問題対策委員会)
http://www.shochu.or.jp/ ● 日本洋酒輸入協会
(空容器再利用委員会) など |

ペットボトルのケミカルリサイクル 「ボトルtoボトル」とは？

使用済みのペットボトルを化学分解してペット樹脂の原料に戻してから、再び食品用ボトルとして再生することを「ボトルtoボトル」と呼びます。再商品化の手法として化学分解法が公的に認められ、また安全性についても「食品安全委員会」で確認され、「ボトルtoボトル」がスタートしています。回収されたボトルを分子レベルにまで分解し精製するこの手法の利点は、石油から製造されるペット樹脂原料と同等の高純度の原料ができるので資源が節約できるばかりでなく、エネルギー節減にもつながることです。外観も品質も従来のペットボトルと全く変わらない、高品質のボトルを作ることのできる「ボトルtoボトル」が加わって、ペットボトルのリサイクルはさらに充実しました。

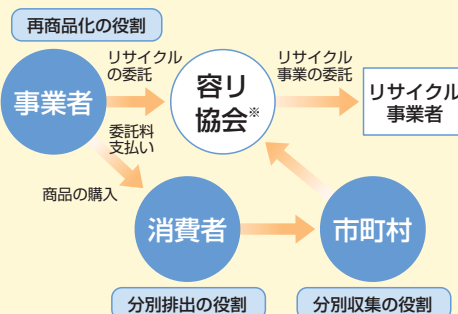
■ 「ボトルtoボトル」のしくみ



容器包装リサイクル法とは？

家庭から出る容器包装廃棄物のリサイクルを義務付ける法律です。消費者の分別排出、市町村の分別収集、そして容器の製造業者（びんやペットボトルを作る会社など）と容器を利用した商品の製造業者（飲料を作る会社など）などの事業者の再商品化という役割分担を定めています。具体的には、事業者は(財)日本容器包装リサイクル協会(容リ協会)に委託料を支払い、容リ協会がリサイクル事業者に再商品化を委託することでリサイクルの輪が回るしくみです。

■ 容器包装リサイクル法のしくみ



※(財)日本容器包装リサイクル協会

Q&A

日頃の疑問にQ&A方式でお答えします。

使用済みの容器はその後どうなるのでしょうか？



Q

リターナブルびんとワンウェイびんのどちらを使うかは、どのように決めていますか？

A 中味の種類、販売・回収のための輸送距離、回収ルートの有無、消費に要する期間など、さまざまな観点から環境への負荷、効率、コストなどを考えて決めています。「少品種大量生産」で工場数も多いビールなどの商品にはリターナブルびんが向いていますが、「多品種小ロット生産」で工場数も少ないウイスキーなどには、ワンウェイびんが向いていると考えられます。また、



飲食店などで使われる生ビールの樽も回収され、何年にもわたって繰り返し使用されています。

Q

缶のリサイクルにはどんな意味があるのですか？

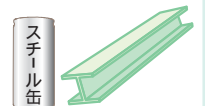
A 2003年度の缶のリサイクル率はアルミ81.8%、スチール87.5%でした。回収された缶は、専門の会社によって加工され、再び缶に生まれ変わりますが、建築資材や自動車などにも利用されています。缶をリサイクルすると、鉱石から作るのと比べてアルミで97%、鉄で75%もエネルギーを節約できます。リサイクルは省エネ・省資源になっているのです。さらにサントリーでは環境に優しい「TULC缶」を積極的に採用しています。



アルミ缶



スチール缶



Q

ペットボトルはどのくらいリサイクルされ、何に利用されているのですか？

A 2003年のペットボトルのリサイクル率は、世界でも最高水準の61%に達しています(比較: 米国19.6%、欧州30%)。使用済みのペットボトルは形を変えて、作業服、シャツ、カーペット、卵パック、文房具などの身近な製品になっています。なお、使用済みの飲料・食品用のペットボトルを化学分解法で再生する完全循環型の手法「ボトルtoボトル」が実用化されています。

サントリーでは、この技術で作られたボトルを使用するとともに、工場やグループ会社従業員の制服、自動販売機横の空容器回収ボックスなどにペットボトルの再生品を積極的に採用しています。



使用済みペットボトルを再生した繊維でつくられたサントリーの工場従業員用ユニフォーム

Q

なぜリターナブルびんが減っているのですか？

A ライフスタイルの変化が大きな原因と考えられます。つまり、マンションなどの集合住宅居住者の増加、スーパー、コンビニなどでの小口買いの増加、酒販店の宅配機能の低下などが、リターナブルびん入りの商品のケース買いに向いていないため減ってきたと思われる。なお、ビールにも清涼飲料にも保証金をお預かりして、びんを再使用するシステムは今も存在していますので、リターナブルびんの商品を買われたお店に戻していただくようお願いいたします。





ペットボトルに表示してある
三角形のマークは何ですか？

A 分別を容易にするために各種素材の容器・包装には識別マークがついています。ペット以外は素材名が日本語で書かれていますが、清涼飲料、醤油、酒類、乳飲料用のペットボトルにはラベル部分やボトルの底に、中に「1」、下に「PET」と書かれた三角形のマークが表示されています。この数字はプラスチックの種類を表し、「1」がPETです。ただし、日本で表示義務があるのは、飲料・酒類・醤油・乳飲料用のペットボトルのみで、それ以外の中味の入ったものは、材質がペットであっても「プラ」表示になっています。

識別マーク



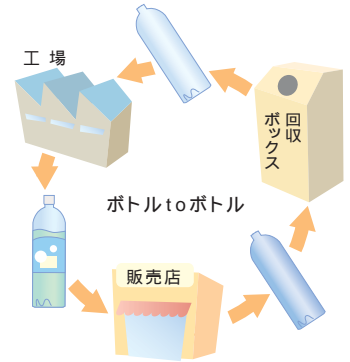
スチール缶とアルミ缶は
どのように見分ければ
いいのですか？

A 一番簡単な見分け方は、缶の胴体についている識別マークで区別することです。アルミ缶には「アルミ」、スチール缶には「スチール」と表示されています。もう一つの方法は、磁石を使うことです。スチール缶リサイクル協会の調査によると、39%の方がご存じないようですが、スチール缶は鉄でできています。ですから磁石にくっつきませんが、アルミ缶はくっつきません。磁石がなければ、冷蔵庫などにメモをとめる「マグネット」でも代用できます。リサイクルの現場でも、電磁石を使って選別されています。



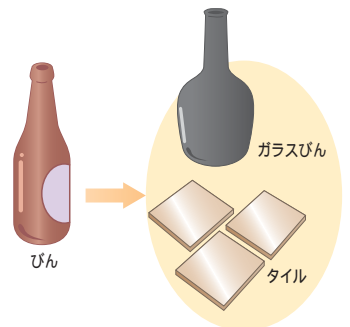
ヨーロッパでは、ペットボトルを
リユースしている国があるそうですが、
なぜ日本ではリユースしないのですか？

A 食品容器には、安全性が第一です。ペットという材質は、汚れや臭いを吸着しやすい上に、熱や薬品による内部の洗浄・消毒が困難ですので、安全・安心の観点から、日本ではペットボトルをリユースしていません。それに替わる手法として世界に先駆けて使用済みのペットボトルを飲料用ペットボトルに再生する「ボトルtoボトル」の技術が開発されたのです。熱湯消毒できない素材ですので、ご家庭での再使用もあまりお勧めできません。



ガラスびんは、
どのようにリサイクル
されているのですか？

A 使用済みのガラスびんは、カレット(細かく砕かれたガラス)に加工され、主にガラスびんに生まれ変わりますが、断熱材やタイル、路盤材などにも利用され、2003年度のリサイクル率(再利用されたカレットの量/ガラスびん生産量)は、90.3%でした。言い換えると、1本のガラスびんの原料のほとんどは、使用済みのガラスびんなのです。カレットに金属、陶磁器、耐熱ガラスなどの異物が混ざると、びんの品質が悪くなりますので、キャップを取る、中をさっと洗う、びん以外のものを混ぜない、の3つのルールを守ってリサイクルに出していただくようお願いします。



SUNTORY 樽ものがたり

サントリー樽ものがたり・樽から生まれた家具
<http://suntory.jp/TARU/>

ウイスキー樽材をリサイクルして家具などに再生

樹齢100年を超えるオークの木から作られるウイスキー樽は、70年もの長い間、原酒を守り育ててくれます。その樽に再び命を与えたいとの願いから、サントリーは樽を再生したリサイクル家具のシリーズ「樽ものがたり」を誕生させました。その風合は、プロの建築家などにも愛され、バーなどの内装にも多く使われています。品揃えも多種多様で、家具からフローリングまで300種にまで増えました。「森で100年、樽で70年、家具として100年」、サントリーは、ウイスキー樽材の再生に取り組んでいます。

「樽ものがたり」はサントリーの登録商標です



社員のエコシップ向上のために何をしていますか？



さまざまな機会を活用して
社員一人ひとりの環境「知識」と「意識」の向上に努めています。

環境経営をさらに推進するためには社員一人ひとりの環境に関する知識と意識の一層の向上が不可欠です。研修体系の中に環境教育を盛り込み、新入社員の入社時研修に始まり、昇格候補者試験にも環境問題を取り入れるなどさまざまな機会をとらえ、環境教育・啓発活動を展開しています。

【教育・啓発ツールの開発および活用

環境 e-ラーニング

2004年よりインターネットと接続したパソコンがあればどこでも受講できる「環境 e-ラーニング」を開始しています。環境に関する基礎的な知識を体系的に学習すると同時にサントリーの活動および課題を関係づけて理解できるよう、各章ごとに「基礎編」と「サントリー編」で構成しています。既に、サントリーおよびグループ会社社員約2,600名が受講し、海外駐在員なども受講を開始しました。なお、共同開発したグループ会社の(株)サンモアテックでは、環境e-ラーニング「基礎編」の外部企業への販売を開始しました。



「環境e-ラーニング」画面



環境e-ラーニング受講風景



研修風景

イントラネットを活用したガイドラインなどの徹底

イントラネットを活用して環境に関する基礎知識や、業務に関する環境関連法規、社内ガイドラインなどの情報を掲載して日常業務に役立てています。

「ecoshipニュース」による情報提供

最新の環境関連活動や環境関連法規を「ecoshipニュース」としてイントラネットで全社員に情報発信しています。

社内報による社員とその家族への啓発

サントリーグループの環境活動や環境関連イベントを社内報「まど」で紹介しています。社員家族の環境活動に対する理解にも役立っています。



社内報「まど」

【さまざまな機会を通じた環境教育

社員に対して入社時に環境教育を実施するほか、森林保全活動を学ぶ場の提供などを行い、意識の啓発に努めています。

なお、2004年は熊本県南阿蘇サントリー「天然水の森」で全国の社員約90名が森林保全活動に参加しました。今回参加した社員を核として、各地で活動を推進していきます。

2004年度 環境教育実施時間（集合研修）

対象	年間研修時間
新入/経験採用社員全員	1時間/人
工場従業員全員	4時間/人
コンプライアンスリーダー研修受講者(150名)	1時間/人
お客様センター対応メンバー全員	2時間/人
社員 森林保全活動(約90名)	5時間/人
グループ会社経営幹部研修(約50名)	1時間/人

環境e-ラーニング

対象	年間研修時間
受講者(約2,600名)	2.5時間/人

昇格候補者試験 環境項目受験者数

受講者	575人
-----	------

上記以外にもグループ会社ごとに環境活動に取り組んでいます。



サントリー社員による森林保全活動

どのような自然保護の取り組みを行っていますか？

e o

地球環境を守り、持続可能な社会づくりに貢献できるよう、さまざまな自然保護活動に取り組んでいます。

■各地で森林保全活動を展開しています

製品づくりに水が欠かせないサントリーにとって、水源かん養活動は社会的責任と認識して、森林保全活動の場をサントリー「天然水の森」と名付け、各地で展開しています。

熊本県 南阿蘇

2003年に竣工した九州熊本工場の水源地にあたる熊本県南阿蘇外輪山の国有林102haで、国と協働して60年間にわたる水源かん養機能の高い森づくりに取り組んでいます。また豊かな自然と接することのできる憩いの森としても整備しています。



南阿蘇「天然水の森」

山梨県 白州

山梨県にある白州蒸溜所、白州水工場近くの森林約62haを(社)国土緑化推進機構と協働で整備することで合意し、2004年から活動に着手しました。



子持山

群馬県 子持山

群馬県には利根川ビール工場と榛名工場があり、2004年11月に北群馬子持山の国有林約5haを「法人の森林(もり)」制度を利用し、国と協働して35年間にわたって整備していく契約を締結しました。また隣接する約4haの森林を「ボランティアの森」として環境教育などで利用する協定を群馬森林管理署と締結しました。

天王山および西山の保全・整備

山崎蒸溜所、京都ビール工場の近くに天王山があります。その保全・整備にむけて2005年2月、自治体(京都府、大阪府、京都府大山崎町、大阪府島本町)、学識経験者、市民グループなどとともに「天王山周辺森林整備推進協議会」を設立し、検討を開始しました。また2005年6月、京都府長岡京市などとともに京都西山でも同様の取り組みを開始します。



天王山周辺森林整備推進協議会



天王山

■次世代環境教育「森と水の学校」を開校しています

2004年3月、南阿蘇「天然水の森」に子どもたちを対象としたサントリー「森と水の学校」を開校しました。地元の森林インストラクター会やネイチャーゲーム協会にご協力いただき、2004年度は、約1,600名の親子にご参加いただきました。プログラムの中には九州熊本工場見学もあり、企業の環境保全に対する取り組みについても学んでいただけます。今後は他の地域でも展開していきます。なお、2005年度は環境省「こどもエコクラブ」へもプログラムを提供し、2回開校する予定です。



「森と水の学校」の授業風景

採水地保全に取り組んでいます

南アルプス甲斐駒ヶ岳のふもとの白州蒸溜所、白州水工場(山梨県)では、きれいな水を守るため82.5haの土地を確保し採水地保全に努め、森林の維持管理や地下水の適正な利用、水質保全に取り組んでいます。



白州蒸溜所、白州水工場

「工場の緑化」を進めています

サントリーの保有する全工場敷地面積の約2分の1(290ha)は緑地となっています。近江エージングセラー(滋賀県)では1996年から松枯れの森林の再生に取り組んでいます。

緑化優良工場として各工場が表彰されています

千歳工場	通商産業大臣賞(1982年)	利根川ビール工場	東京通商産業局長賞(1987年) 全国植樹祭開催記念 環境緑化コンクール特別大賞(1997年)
山崎蒸溜所	大阪通商産業局長賞(1985年) 経済産業大臣賞(2002年)		
白州蒸溜所	通商産業大臣賞(1986年) 内閣総理大臣賞(1989年)	梓の森工場	関東通商産業局長賞(1990年) 通商産業大臣賞(1993年)

全国の事業所で環境美化活動をしています

全国にあるサントリーの各事業所では、周辺の清掃をはじめ、自治体などが主催するごみ拾いなどの環境美化活動に継続して取り組んでいます。また、白州蒸溜所、白州水工場では、山梨県の「環境保全林再整備事業」に応募して、多数のハイカーが訪れる「精進ヶ滝」周辺での森林整備活動に参加しています。

2004年度は3回、延べ98人の社員・家族が活動に取り組みました。



山梨県「環境保全林再整備事業」 多摩川清掃

絶滅危惧種保護の取り組み

山崎蒸溜所と京都ビール工場では、地元にある「乙訓(おとくに)自然を守る会」から委託を受け、場内で絶滅危惧種に指定されている植物を栽培・育成しています。山崎蒸溜所では「カリガネソウ(稀少植物)や「サワキキョウ」「フジバカマ」など、京都ビール工場では「カリガネソウ」と「ミズアオイ」を栽培・育成しています。また同工場では、生育している約150の植物を掲載した図鑑「京都ビール工場の花木たち」を作成。自由に閲覧でき、従業員からの自然保護意識の向上にも役立っています。



カリガネソウ

ボランティア活動(2004年度実施内容)

内容	実施事業所など	参加者(名)
工場周辺のクリーンアップ活動 他	利根川ビール工場・山崎蒸溜所・近江エージングセラー・梓の森工場・木曾川工場・(株)テップネス・日本ペプシコーラ製造(株)・サングレイン(株)・(株)岩の原葡萄園	636
工場隣村の森林整備(3回実施) (「山梨県森林整備パートナー」制度)	白州蒸溜所・白州水工場	98
多摩川清掃参加 他	武蔵野ビール工場	148
東京ベイ・クリーンアップ大作戦	東京総務部	33
公共施設清掃	北海道ペプシコーラボトリング(株)・信越ペプシコーラ販売(株)・カンパク(株)	20
周辺の道路の草刈 除雪 他	響の森カントリークラブ	84
新潟県中越地震の支援活動 他	サントリーパブリシティサービス(株)・(株)カン宣弘社 現・(株)アドギア	29
その他	サントリー労働組合・サンリーブ(株)	61
合 計		1,109

〈愛鳥キャンペーン〉

サントリーは、1973年に愛鳥キャンペーンを開始しました。野鳥の保護を通じて、自然保護活動に取り組むこのキャンペーンは、サントリーの環境保全活動の出発点といえます。民間企業初の「バードサンクチュアリ(野鳥の聖域)」を白州蒸溜所に開園し、探鳥会や巣箱かけなどの愛鳥活動や、絶滅の危機にあるアホウドリの復活を支援する募金活動の実施、野鳥・自然保護の啓発など、さまざまな活動を展開しています。1990年には公益信託「サントリー世界愛鳥基金」を創設し、国内外の鳥類保護団体の活動に対する助成を行い、大きな成果をあげています。

公益信託サントリー世界愛鳥基金 平成17年度(2005年度)助成先一覧

団体名	所在地	助成の対象となった活動	助成金額
(財)山階鳥類研究所	千葉県	アホウドリの新繁殖地誘致と繁殖阻害要因の調査	300万円
コウトリ市民研究所	兵庫県	コウトリ野生復帰のための豊岡盆地の生物調査とピオ・ブ作り	120万円
日本雁を保護する会	宮城県	世界的に絶滅の危機に瀕している北東アジアの固有種・サカツラガンの保護と啓発をめざしたアジア5カ国による国際共同プロジェクト	250万円
北海道ラプタ・リサ・チ	北海道	北海道におけるワシ類の越冬環境およびその利用状況の調査	250万円
合 計			920万円

平成17年度までに延べ75団体に1億9,280万円を助成しています。



環境のためにどのくらいコストをかけて どんな効果が得られているのですか？



サントリーでは、環境省「環境会計ガイドライン(2002年版)」に準拠して、環境保全のために要したコストとその効果を開示しています。

環境経営を推進するため、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、環境会計を2000年から開示しています。

2004年度の評価と分析

環境投資額

2003年度は、新設の九州熊本工場への環境投資および南阿蘇サントリー「天然水の森」関連の投資が発生しています。2004年度は、計画的に実施してきた環境投資が一巡したこと、工場新設がなかったことなどにより投資額が減少しました。

環境費用額

2004年度は容器包装リサイクル法に基づく再資源化委託料の単価減少の影響で前年度を下回りました。

経済効果

2003年度は九州熊本工場新設時の試運転によるエネルギー消費量の増加等により、経済効果がマイナスでした。2004年度は、緑茶飲料の伸長による植物性残さの増加等により、廃棄物処理費用が増加しました。

今後の課題

1. 海外グループ会社を含む環境会計体系の整備
2. 環境保全コストと環境保全効果とのリンクによる環境経営度評価システムの構築

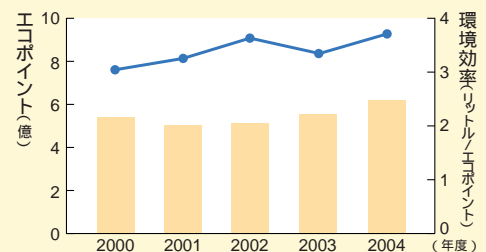
新しい環境影響評価手法JEPIX を利用した環境効率の評価

今回、JEPIX を利用して、サントリー(単体)の工場での2000年度以降の環境効率を評価しました。工場新設時の試運転などの影響があった2003年度を除いて、年々改善されています。副産物・廃棄物の再資源化率100%達成や、重油から都市ガスへの燃料転換など、さまざまな取り組みの成果と考えています。

JEPIX(Japan Environmental Policy Index:日本における環境政策優先度指数)各種環境負荷のそれぞれに重み付けを行い単一評価指数として評価する手法です。「文部科学省21世紀COEプロジェクト(国際基督教大学ICU)」の一環としてJEPIX指標実践のために開催されたJEPIXフォーラムに2003年から参画しています。

環境効率の推移

- 環境効率(生産数量/エコポイント)
環境負荷あたりの生産量を示しており、数値が大きいほど良い。
- エコポイント(億)
総合的環境影響度を示す指標



環境会計って何ですか？

環境会計とは、企業が環境のために支出した費用・投資の効果を把握するためのツールです。持続可能な発展を目指して、環境保全への取り組みを効果的に推進しながら、環境保全活動と経済活動を結びつけていくことが目的です。

環境会計には2つの効果があります。1つ目は、企業を運営する際、環境活動推進の意思決定の資料として役立つこと。環境にいくらお金がかかり、どのくらい効果があり、次年度の予算はどのくらい必要かなどを考えることができます。2つ目は、消費者や取引先などのステークホルダーに向けた情報公開のツールとしての活用。企業の事業活動における環境保全のためのコストとその効果を定量的に測定し、開示することで企業の説明責任を果たしていきます。環境省のガイドラインでは、環境会計はこの構成要素から成り立ちます。

環境保全コスト

環境保全対策のために使用した金額を、項目別に、かつ投資額と費用額に分けて表します。投資額には、支出の効果が数年にわたるため将来にわたって分割して費用化されるものの金額が、費用額にはその年度に使用した金額が計上されます。(ただし、ガイドラインで取り扱う環境保全コストには、社会的コスト(社会が負担する分のコスト)は含めないこととされています)

環境保全効果

環境保全対策によってどのような効果があったのかを、項目別に物量単位で表します。

環境保全対策に伴う経済効果

環境保全対策を進めた結果、企業の利益に貢献した効果について、金額で表します。



環境保全対策:事業活動における環境負荷の発生の防止・抑制または回避、影響の除去、発生した被害の回復、またはこれらに結びつく取り組みのこと。

【サントリー単体の環境保全コスト

対象期間：2004年1月1日～12月31日

(単位:百万円)

項目	2003年度		2004年度	
	環境投資額	環境費用額	環境投資額	環境費用額
公害防止コスト ・水質汚濁防止 ・大気汚染防止 他	954	1,358	34	1,266
地球環境保全コスト ・CO ₂ 回収 ・省エネルギー ・コジェネレーション ・嫌気処理 他	1,112	1,316	318	1,195
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 他	667	1,156	43	1,325
計	2,733	3,830	395	3,786
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 他	0	1,226	0	1,088
管理活動コスト ・社会教育、EMS構築 ・環境レポート、展示会 ・天然水の森 他	206	647	41	628
研究開発コスト ・廃棄物情報システム 他	0	18	0	12
社会活動コスト ・緑化、愛鳥活動 他	0	159	0	208
環境損傷対応コスト	0	225	0	0
合計	2,939	6,105	436	5,722

(注)

- 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：投資の50%以上が環境保全を目的としたものを過去5年間さかのぼり一律10年間の定率償却としました。
- 直接把握が可能な管理活動・社会活動・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、工程別に過去の実績調査に基づいた比率で按分・配賦しました。

【グループ会社の環境保全コスト(国内主要25社)(単位:百万円)

2003年度		2004年度	
環境投資額	環境費用額	環境投資額	環境費用額
86	2,494	377	2,612

(注)

2004年度からはペプシ版社10社および外食3社を加えた25社を対象としました。また、環境会計の計上範囲の見直しを行っています。

【サントリー単体の環境保全効果

対象期間：2004年1月1日～12月31日

項目		単位	2003年度	2004年度	原単位ベースでの対前年度削減効果	
公害防止	汚染物質排出量削減	SO _x	総量(t)	22	25	1t/年
		原単位(g/kl)	12	11		
	NO _x	総量(t)	120	110	28t/年	
		原単位(g/kl)	63	50		
	CO ₂ 排出量削減	CO ₂	総量(千t)	210	228	13千t/年
		原単位(kg/kl)	110	104		
事業エリア内 地球環境保全	エネルギー消費量削減	燃料	A重油換算(kl)	59,958	66,105	2,708kl/年
		原単位(l/kl)	31	30		
	電力	総量(千kWh)	194,296	211,411	11,578千kwh/年	
		原単位(kWh/kl)	102	96		
	水資源使用量削減	用水	総量(千m ³)	14,595	16,144	606千m ³ /年
		原単位(m ³ /kl)	7.6	7.4		
資源循環	廃棄物排出量削減	副産物 廃棄物 排出量	総量(t)	136,140	159,206	2,961t/年
		原単位(kg/kl)	71	73		
	再資源化率	(%)	100	100		
輸送量削減	輸送量 (重量× 距離)	(百万t・km)	1,333	1,457	44百万t・km/年	
		CO ₂ (千t)	90	97	2千t/年	

(注)

- 環境保全効果(物質)は、総量を把握し生産量の影響を勘案して原単位で把握しました。
- CO₂排出量：2003年度までは燃料・発酵・工程・排水由来で算出しましたが、2004年度から燃料・電力由来に変更しています。
- 燃料購入量：2003年度まではA重油換算で算出しましたが、2004年度から原油換算へと変更しています。

【サントリー単体の経済効果

(単位:百万円)

項目	2003年度	2004年度
リサイクル(副産物売却)収入	75	96
省エネルギーによる費用削減額	308	259
廃棄物処理費用削減額	20	85

(注)

経済効果は、根拠が確かなものに限定しました。
(リサイクルにより得られた収入、省エネルギーによる費用削減、廃棄物処理費用の削減に限定)

グループ会社ミニレポート

グローバルに事業を展開するサントリーグループのCSRへの取り組みの一例として海外4社を含む8グループ会社での活動をご紹介します。

サントリーグループの主要工場の環境活動については、「サイトレポート2005」(WEBに掲載)をご覧ください。

サントリーフーズ株式会社

<http://www.suntoryfoods.co.jp/>

〒135-8632 東京都港区台場2-3-3

【事業内容】サントリー飲料の販売、ミネラルウォーターの宅配事業(首都圏、近畿圏)

サントリーが製造する清涼飲料の販売会社サントリーフーズでは、2001年11月に環境委員会を設置して「環境基本方針」を制定し、さまざまな環境活動に取り組んでいます。自動販売機関連では、地球温暖化防止につながる省エネルギー化を推進すると同時に、環境美化のための空容器の散乱防止、廃棄自販機の適正処理に取り組んでいます。当社も参画して一台当たりの年間消費電力30%削減を目標に研究を進めている「エコベンダー」の導入が着々と進み、2004年には当社自販機におけるエコベンダーの比率は93%に達しました。

また、飲料業界で設定した「自動販売機自主ガイドライン」の遵守を徹底し、空容器の散乱防止のための啓発活動に参画し、廃棄自販機についても、フロンガスの回収(2004年回収総量:約12.7トン)とその無害化に努めるとともに、使用可能な部品の再生、再使用を推進しています。

商品の輸送については、サントリーが開発した「統合配車®システム」を活用するとともにモーダルシフトとトラックの大型化を進め、CO₂排出量削減を目指しています。また、「サントリーグリーン購入基本方針」に基づいてグリーン購入を進めると同時に、販売促進のための景品や物品にペットボトルの再生品を積極的に採用しています(2004年度の再生ペット使用量:約190トン)。

今後も、自動販売機のオペレーションに従事する各地のグループ会社との連携を強化して、容器リサイクルと空容器の散乱防止に努めるとともに一層のエコオフィス化を推進していきます。また、社員の環境意識を高めて、地域の環境活動にも積極的に参画していきたいと考えています。



ハーゲンダッツジャパン株式会社

<http://www.haagen-dazs.co.jp/>

〒153-0051 東京都目黒区上目黒2-1-1 中目黒GTタワー5F

【事業内容】アイスクリームの輸入・製造・販売およびショップの展開

ハーゲンダッツジャパンでは、1999年に環境基本方針を制定し、環境に対する取り組みを継続して推進してきました。本社においては、文具・事務用品のグリーン購入や作業服のペット再生品の使用などグリーン購入の推進、容器包装・販促物品のエコプロダクツ化の推進、モーダルシフト等による物流の環境負荷低減、事務のペーパーレス化、などに取り組んできました。また、2001年3月にISO14001認証を取得した群馬工場においては、エネルギー使用量の削減、水資源使用量の削減、廃棄物の削減などの環境目標を立てて取り組んできました。2005年度は廃棄物の飼料化、メタンガス化による再利用などによってリサイクル率の向上を図るとともに、各機器のウォーミングアップ時間の見直し、液体窒素の排ガス利用による冷凍機の効率アップなどの省エネ対策を進めています。また、コンプライアンス推進のための取り組みとしては、2004年度に「企業倫理綱領」「企業行動規範」を制定し、従業員への周知徹底を図っています。



ハーゲンダッツカフェ青山

株式会社ダイナック

<http://www.dynac.co.jp/>

〒160-0022 東京都新宿区新宿1-8-1 大橋御苑駅ビル7階

【事業内容】多業態飲食店の経営、ゴルフ・リゾートレストランの運営受託

「食の楽しさをダイナミックにクリエイトする」ダイナックは、2000年10月にサントリーグループとして初めて株式を公開し、社会においてより高い責任を果たすために事業活動を展開しています。その拠りどころとして、「企業倫理綱領」「コンプライアンス規定」「個人情報保護規定」「民暴対策規定」などを制定するとともに社員への啓発、周知徹底を図っています。

また、2001年には「環境委員会」を設置して「環境基本方針」を定め、継続的な環境活動に取り組んでいます。その一環として、2003年には山陽自動車道三木サービスエリア内で当社が受託運営しているレストランではISO14001の認証を取得しました。食品リサイクル法への対応のため、分別の徹底、食べ残しの減少へ取り組んで発生量を抑制するとともに、水分除去による減量化を行うなど、再生利用等の実施率20%を目指しています。また、ビール工場から排出される汚泥から作られた有機肥料で栽培された野菜を調達するなど「食の循環」の推進を図っています。



ダイバキッチン

日本サブウェイ株式会社

<http://www.subway.co.jp/>

〒107-8515 東京都港区赤坂3-8-8 赤坂フローラルプラザビル4階

【事業内容】サンドイッチチェーン「サブウェイ」の展開

オーダーメイドシステムのファーストフード店サブウェイは、1992年の第1号店を皮切りに、直営とフランチャイズ合計で約100店を展開しています。

2002年に環境委員会を設置し「環境基本方針」および「グリーン購入基本方針」を策定、本格的な環境活動をスタートさせました。POP、クーポン、メニューちらし等は古紙100%に、トレーはペット再生素材にとりサイクル素材を積極的に活用してきました。また、陶製カップなどリユース食器を導入しています。食品リサイクル法への対応では、「カット済み野菜の導入による調理残さの削減」を中心に進め、20%削減という目標をほぼ達成できる見込みです。仕入価格が上昇し店舗経営にも影響のあるカット野菜の導入ですが、オペレーションの改善等で対応し、2004年8月までにすべての直営店に導入しました。

今後も環境活動をさらに推進するため、店舗設備の見直し、包材の見直しなどに継続して取り組んでいきます。



サブウェイ青山一丁目店

モリソンボウモア ディスティラ - ズ [イギリス]

<http://www.morrisonbowmore.co.uk/>

Springburn Bond, Carlisle Street, Glasgow G21 1EQ, U.K.

【事業内容】スコッチウイスキーの製造・販売

モリソンボウモア ディスティラーズ社は、シングルモルトを中心にスコッチウイスキーを製造販売しています。所有する3つの蒸溜所(アイラ島で最も古いボウモア、ローランドモルトNo.1のオーヘントツシャン、ハイランドの伝統を守るグレンギリー)のすべてで環境に配慮した経営に取り組み、継続的な改善活動を実施しています。

2002年には3蒸溜所すべてが、ISO9002とISO14001の両認証の取得を完了している当社は、これまでもさまざまな環境関連の賞を受賞していますが、2004年度には、欧州15カ国100社の中から、英国を代表して欧州環境経営賞を受賞しました。

伝統的な製法を順守して自然との共生の中でウイスキー作りを行っているモリソンボウモア社の経営姿勢が、欧州全体からも高く評価された証として、これからも環境に配慮した経営を継続していきます。



英国を代表して欧州環境経営賞を受賞

セレボス・パシフィック [シンガポール]

<http://www.cerebos.com/>

18 Cross Street #12-01/08, China Square Central, Singapore 048423

【事業内容】健康食品および加工食品の製造・販売

チキンエッセンスを中心に健康補助食品を製造・販売する東南アジア有数の食品会社セレボスの主力工場では、ISO9001、GMP、HACCP、ISO14001などのさまざまな国際規格の認証を取得しています。

お客様に品質の高さをご理解いただけるよう、台湾工場に「ヘルスマュージウム」を新設し、タイ工場にも見学ルートを併設しています。日本の皆様にも是非お越しいただき、セレボスの品質の高さと環境への取り組みを実感していただきたいと思います。

地域社会への貢献も大切な使命と考え、2004年度には、給食費を払えない子どもたちのために総額13万シンガポールドル(約850万円)を拠出、また人材育成のために30カ国117大学が参加した、“Global Business Plan Contest”にも協賛しました。この他、医療基金への寄付、“チャリティーマラソン”、健康増進セミナーの開催など、さまざまなサポートプログラムをアジア、オセアニア各国で行っています。これからもさまざまな場面での社会貢献活動を目指していきます。



ペプシ ボトリングベンチャーズ [アメリカ]

4700 HOMEWOOD COURT, SUITE 200 RALEIGH, NC 27609 USA.

【事業内容】ペプシ系ボトラー

全米でも最大級のリサイクル活動推進団体「カロライナ・リサイクル協会」の設立時からのキーメンバーであるペプシボトリングベンチャーズ(PBV)では、州政府、大学、産業界と協働して環境保護、廃棄物削減、資源リサイクルの促進・啓発などの活動を行っています。

PBVでは、製造・出荷・流通の各段階から出る包材のほとんどをリサイクルして再利用していますが、炭酸飲料容器の製造者・販売者による回収が義務付けられているニューヨーク州、デラウェア州では、消費者とも協力した活動に取り組んでいます。

PBVは、毎年多数のボランティアが参加する、州を挙げての清掃キャンペーン“North Carolina Big Sweep”などへの協賛を始め、多くの環境保全運動にスポンサーとして協力し、ポイ捨て禁止運動コンテストを通じて公立学校へ教育資金の提供も行っています。その売上が州の環境運動の資金となるポイ捨て反対マーク入りナンバープレートの購入もその一例で、当社が所有する200台の車にはこのナンバープレートがつけられています。



サントリー

三得利啤酒(上海)有限公司 [中国]

中華人民共和国上海市浦東沈杜公路1739号

【事業内容】サントリービールの製造・販売

創業の年1996年には僅か千トン余りだった三得利ビールの生産量は、2004年には30万トン強(日本の大瓶換算約2,350万ケース)となり、上海市No.1ブランドに成長しています。また、2005年初めには地元の東海ビールを買収して、1,300万人以上の人口を抱える上海ビール市場におけるシェアは50%を超えました。



2004年11月には、「企業改革が著しい」、「技術的進歩が際立っている」、「従業員の管理を含めた工場運営が秀でている」、「環境保全活動に熱心」等々多方面での活動が高く評価され、中国醸造協会から三得利啤酒(上海)有限公司には「先進企業賞」が、また高副総経理と王包装部長には「先進個人賞」が授与されました。今回の受賞を励みとして、2003年に取得したISO14001認証に基づいて環境活動の継続的な改善を図りながら、より一層の成長が達成できるよう、従業員一同頑張っていきます。



事業系統図

サントリーグループは、サントリー(株)、子会社136社および関連会社34社より構成されています。主要な会社は次のとおりです。

食品事業計56社

サントリーフーズ(株)
ハーゲンダッツジャパン(株)
SUNTORY INTERNATIONAL CORP.
PEPSI BOTTLING VENTURES LLC.
CEREBOS PACIFIC LTD.
上海三得利梅林食品有限公司

酒類事業計50社

サントリーアライド(株)
モンテ物産(株)
MORRISON BOWMORE DISTILLERS LTD.
CHÂTEAU LAGRANGE S.A.S.
WEINGUT ROBERT WEIL KG
三得利啤酒(上海)有限公司
三得利啤酒(昆山)有限公司
中国江蘇三得利食品有限公司
SUNTORY(AUST)PTY.LTD.

その他事業計64社

[通販] (株)サントリーショッピングクラブ
[物流] サントリーロジスティクス(株)
[花] サントリーフラワーズ(株)
[外食] (株)ダイナック/ファーストキッチン(株)
[スポーツ・レジャー] (株)ティップネス

← 製品・サービスの流れ

サントリーグループの主な会社一覧 (2005年4月現在)

国内	グループ会社名	事業概要
酒類	サントリーアライド(株)	ウイスキー・ブランデーなどの輸入・販売
	サントリー(株)	サントリー製品の店頭販売促進活動
	サンブレイン(株)	グレンウイスキー(原酒)・スピリッツなどの製造
	カンパ(株)	ウイスキー・ビール用麦芽の製造・保管および倉庫業
	(株)岩の原葡萄園	ぶどうの栽培およびワインの製造・販売
	九州サントリーテクノプロダクツ(株)	九州熊本工場における酒類・清涼飲料の製造作業請負
食品	サントリーフーズ(株)	サントリー飲料の販売、ミネラルウォーターの宅配事業
	サントリー食品工業(株)	サントリーの清涼飲料の製造
	日本ペプシコーラ製造(株)	サントリーの清涼飲料の製造
	北海道ペプシコーラボトリング(株)	
	東北ペプシコーラ販売(株)	
	信越ペプシコーラ販売(株)	
	日本ペプシコーラ販売(株)	
	東海ペプシコーラ販売(株)	
	北陸ペプシコーラ販売(株)	
	近畿ペプシコーラ販売(株)	
	中国ペプシコーラ販売(株)	
	南九州ペプシコーラ販売(株)	
	沖縄ペプシバレッジ(株)	
	ハーゲンダッツジャパン(株)	アイスクリームの輸入・製造・販売、ショップの展開
	サンカフェ(株)	コーヒー豆の焙煎加工およびコーヒー・茶類のエキス製造
外食	(株)ダイナック	「響」「膳丸」「鳥どり」などの多業態飲食店の経営
	ファーストキッチン(株)	ファーストフード「ファーストキッチン」の展開
	日本サブウェイ(株)	サンドイッチチェーン「サブウェイ」の展開
	(株)プロントコーポレーション	「プロント」の経営・フランチャイズ展開
	(株)ミューブランニング&オペレーターズ	外食に関する企画・設計・経営の総合コンサルティングほか
	(株)H.B.I	多店舗展開をめざす外食企業の事業推進を幅広く支援
	(株)レストランサントリー	世界で展開する「レストランサントリー」の運営および経営コンサルティング
花	サントリーフラワーズ(株)	花苗の品種開発・販売および園芸資材等の販売
スポーツ	(株)ティップネス	フィットネスクラブ展開ほか
	(株)昇仙峡カントリークラブ	ゴルフ場「昇仙峡カントリークラブ」の経営
	榛名スポーツ開発(株)	ゴルフ場「響の森カントリークラブ」の経営
通販・広告・サービス・情報	(株)サントリーショッピングクラブ	通信販売、法人販売活動請負
	(株)サン・アド	広告・宣伝・販促の企画・制作
	(株)アドキア	総合広告代理店
	サントリーパブリシティサービス(株)	サントリー工場での案内、セミナー・イベント企画運営ほか
	(株)サンモアテック	システム開発、業務パッケージ開発、情報インフラ設計・構築ほか
流通	サントリーサービス(株)	ワインの店「カウ・ド・ヴァン」ほかの経営
	サントリーコーポレートビジネス(株)	交通、法人等を対象としたサントリー製品の販売ほか
	沖縄サントリー(株)	沖縄県におけるサントリー製品の販売ほか
	モンテ物産(株)	イタリアワイン・食品の専門商社

海外	グループ会社名	事業概要
物流	サントリーロジスティクス(株)	サントリーグループの物流機能の中核会社。サントリー製品の輸送・保管
不動産	サントリー興産(株)	不動産賃貸・管理
	(株)辻長	不動産賃貸および倉庫業
海外	SUNTORY INTERNATIONAL CORP.	米国関係グループ会社のホールディングカンパニー
	PEPSI BOTTLING VENTURES LLC.	ペプシ系ボトラー
	SUNTORY MEXICANA, S.A.DE C.V.	酒類(ミドリ)製造・販売
	SUNTORY EUROPE PLC	資金調達および欧州グループ会社への貸付
	MORRISON BOWMORE DISTILLERS LTD.	ウイスキーの製造・販売
	SUNTORY FRANCE S.A.S.	フランスグループ会社のホールディングカンパニー
	LOUIS ROYER S.A.S.	ブランデー・リキュールの製造・販売
	LEJEY LAGOUTE S.A.S.	リキュールの製造・販売
	CHÂTEAU LAGRANGE S.A.S.	
	GRANDS MILLÉSIMES DE FRANCE S.A.	
	CHÂTEAU BEYCHEVELLE	ワインの製造・販売
	CHÂTEAU BEAUMONT	
	A & R. BARRIÈRE FRÈRES S.A.	
	TOKAJ HÉTSZŐLŐ R.T.	
	WEINGUT ROBERT WEIL	
	SUNTORY (CHINA) HOLDING CO., LTD.	中国グループ会社のホールディングカンパニー
	SUNTORY (SHANGHAI) MARKETING CO., LTD.	ビールの販売
	SUNTORY BREWING (SHANGHAI) CO., LTD.	ビールの製造
	SUNTORY BREWING (KUNSHAN) CO., LTD.	ビールの製造
	CHINA JIANGSU SUNTORY FOODS CO., LTD.	ビール・麦芽の製造・販売
	SHANGHAI SUNTORY-MALING FOODS CO., LTD.	清涼飲料の製造・販売
	SHANGHAI SUNTORY-MALING FOODS CO., LTD. BEIJING BRANCH	清涼飲料の販売
	SUNTORY GUANGZHOU FOODS LTD.	清涼飲料の販売
	GOLD KNOLL LTD.	原料の購入・輸出およびサントリー製品の香港総代理店業務
	SUNBO LIQUOR TRADING CO.,LTD	酒類の輸入・販売
	SUNTORY TAIWAN LTD.	サントリー製品の輸入・販売
	CEREBOS PACIFIC LTD.	健康食品および加工食品の製造・販売
	SUNTORY (THAILAND) LTD.	サントリー製品の輸入・販売
	SUNTORY (AUST) PTY.LTD.	サントリー製品およびバーボン・リキュール類の輸入・販売
	FLORIGENE LTD.	バイオテクノロジー技術による植物の新品種開発
	レストランサントリー ホルル店	
	レストランサントリー メキシコデルバジェ店	
	レストランサントリー メキシコロマス店	
	レストランサントリー アカブルコ店	
	レストランサントリー 台北店	海外レストラン(和食)
	レストランサントリー 上海店	
	レストランサントリー 大連店	
	レストランサントリー シンガポール店	
	レストランサントリー クアラルンプール店	

第3回サントリー・サステナビリティボード

サントリーは2003年よりマルチステークホルダーダイアログ「サステナビリティボード」を開催しています。第3回目となる今回はサントリー九州熊本工場で開催しました。CSR(企業の社会的責任)が重視され始めた今、サントリーのCSR経営をさらに推進すべく、「社会はサントリーに何を求めているか」について、企業、地球環境や社会分野の第一人者の方々から提言をいただきました。

工場見学風景



討論風景



第3回サントリー・サステナビリティボードの概要

開催日時：2005年2月7日(月)11:00～17:00

場 所：サントリー九州熊本工場

- 内 容：1.サントリーのCSR活動説明
2.九州熊本工場における環境・社会活動説明
3.工場見学
4.サントリースタッフを交えての討論

全社員で行える環境プログラムを

サントリーが行っている森林や水への対応は、まさに生態系の維持や生物多様性の保護につながる活動で、地球環境の持続性を考えるうえで高く評価できるものです。現在は工場や環境部門を中心に行われているようですが、このような活動を全社員で展開することが望まれます。社員とその家族も参加できる、分かりやすく、面白く、やる人にもメリットがある環境プログラムを作成して、全社的な意識を高

めていただきたいと思います。全社員での環境対応を習慣化することによって、本当の意味でのCSRの達成につながるのではないのでしょうか。



日本IBM 株 環境経営室長
岡本 享二氏

世界的な期待にリンクした教育活動を

2002年のWSSD(持続可能な開発に関する世界首脳会議)以降、途上国の貧困の撲滅に果たす企業の役割が重視されています。貧困撲滅には不可欠な初等教育の普及が世界的に期待されていますが、自社が展開する教育活動と、この期待がどのようにリンクするのを見直すことが必要です。

サントリーが実施している生態系の維持につながる活動を海外でどのように広げるのか、さらにはそれが世界的な期待とどのようにリンクするのを考えていただきたいと思います。



環境監査研究会代表幹事・GRI理事
後藤 敏彦氏

お客様から信頼される展開を

生活に密着した分野で事業活動をする企業にとって、安全性の確保と信頼の構築は絶対条件です。お客様に好かれ、信頼されるためには、お客様の立場に立って汗をかくことが必要です。来年には食育基本法の公布が検討されています。今後は食育の分野でもお客様一人ひとりの生活の充実に貢献できるようなCSR活動を行っていただきたいと思います。



森の中の小川で小水力発電を行い、その収入で森を保全するような循環性のあるシステムを取り入れられてはいかがでしょうか。

東京電力(株)環境部長
佐藤 俊信氏

原料生産国の期待にも応えられるよう

水源かん養などのサントリーの取り組みは、社会のニーズに対応した素晴らしい活動だと思います。今後は、国内だけでなく原料の生産国の期待にも応えられるよう、フェアトレードや農業問題などにも取り組んでください。また、「森と水の学校」のような活動に全社員が参加して、体験を通して自然保護の意味を理解できる教育が行えればと思いま



す。欧米に比べてまだまだ力の弱い日本のNPO、NGOとサントリーが連携して、彼らを育てていくような活動にも期待しています。

国際NGO ナチュラル・ステップ・
インターナショナル日本支部 代表
高見 幸子氏

環境に良いものを選ぶ情報を

消費者がグリーンコンシューマーとして商品を選択・購入することが大切です。そのために、どのように環境に配慮された商品なのか、すぐに分かるようにしていただきたいのです。容器に関しても、リユース、リターナブルの見直しや新素材の開発などよく研究した上で情報を提供して、環境に良いものを選ぶようにしてください。最近では盛んにCSRとい



う言葉が取沙汰されますが、今後も環境や生態系などの根本的に重要な問題についての活動を続けられることを期待します。

(社)日本消費生活アドバイザー・
コンサルタント協会 理事・環境委員長
辰巳 菊子氏

LCA(ライフサイクルアセスメント)の徹底を

グローバルな活動においても、また国内で活動する場合でも、LCAの徹底が必要です。企業には、原料の調達・輸送から加工、商品がお客様の手に渡って消費されるまでの全段階での製造責任があります。すべての数値を細かく出すのは不可能ですが、現状を把握して、可能な限り綿密に取り組んでいただきたいのです。2月には京都議定書が発効となり



ました。国を挙げてこの実行を推進している日本の代表的な企業として、サントリーにも実効性のある対策をお願いします。

武蔵工業大学大学院
環境情報学研究所 教授
中原 秀樹氏

掲載は50音順です

スパイラルアップを続け、より信頼される企業に

ステークホルダーの代表の皆様には、サントリーの活動に対して深いご理解とご評価、そして熱いエールをいただきありがとうございました。また幅広い、かつ具体的なご提案も数多くいただきました。いずれもハードルの高い課題ではありますが、我々は皆様のご期待に応えるためにも研究と努力を積み重ね、スパイラルアップし続けなければなりません。そして一人でも多くの皆様から年月を経るに従ってより深い信頼をいただける企業“Growing & Good Company”を実現したいと思います。

サントリー株式会社 環境部長 水上 喜久



第三者意見

各社のレポートを専門的観点からご覧になられている緑川芳樹氏に、2003年から第三者意見をいただいています。今年の「CSRレポート2005」冊子版および詳細版(web)については、2005年2月から7月にかけて4度にわたってレビューをいただき、掲載内容と活動についてのご意見をいただきました。ご意見は、できる限り本レポートに反映しております。今回反映できなかった部分についても、今後の活動および次年度のレポートに活かしてまいります。



第三者意見書



グリーンコンシューマー
研究会代表
バルディーズ研究会
共同議長

緑川 芳樹

はじめてのCSRレポートの基本的な評価や課題については、すでに冊子版「サントリーCSRレポート2005」で述べましたが、冊子版の目次に明示されているホームページ版の掲載内容6点のうち「CSRレポート2005詳細版」をみて、「水と生きる」サントリーの自然と環境へのこだわりを改めて実感しました。

<開示情報は充実>

CSRレポートへの転換によって環境報告が簡略化されるのではないかと危惧があり、そのような傾向も一部に見られます。しかし、前年の「サントリー環境活動レポート2004」の40頁に対して今回の冊子版CSRレポートは54頁であり、環境報告の頁数も実質的にほとんど前年との差は見られず、しかも、この詳細版では社会性報告も環境報告も情報量はかなり増えています。企業倫理綱領全文を掲載し、酒類メーカーとしての責任、お客様との環境コミュニケーションの各項目は1頁から2頁、社員とともに2頁は4頁に、環境経営2頁は3頁に、という増頁が目立ちますが、そのほか本文や図表の追加が随所に見られます。

<今後に望むこと>

情報の内容については、このホームページ版情報開示のためのレビューを経て掲載にいたったものもありますが、今後の課題として残されたものもいくつか見られます。例えば、内部通報システムや通報者保護など各社もシステム設置を開示していますが、パフォーマンス情報開示にまで一歩進める姿勢が望まれます。また、「社員とともに」の情報量は増えていますが、女性登用の計画や行動計画を提出した次世代法関連の仕事と家庭の両立支援など、一つひとつPDCAシステムをつくり、開示する方向を強めていただきたいです。環境問題と同様、「継続的改善」はCSR全般についても正にキーワードといえるでしょう。サプライチェーンマネジメントを構築し、取引先とのコミュニケーションを強める活動や、多様に展開されている自然保護、社会・文化活動の体系化は、今後に求められる重要な、あるいは必要な課題として積極的に取り組んでください。環境活動に関しては、環境効率の向上が見られますが、CO₂排出量の削減が大きな課題として残っています。地球温暖化防止のパフォーマンス向上は、生産量増大のなかで困難な課題ではありますが、今後本格的な取り組みを期待いたします。

第三者意見をいただいて

「水と生きる」というメッセージは、様々な面で「社会との約束」を意味すると認識しています。ご提言いただいた「PDCAシステムをつくり、情報開示を強化していくこと」は、まさにその約束を具体化し、その達成に向けての歩みを評価していただく重要な条件であると考えます。

ご指摘いただいた人事関連やサプライチェーン、あるいは環境活動も含めて継続的改善を目指した取り組みをより強化するため、今後、社内の各部とともに真剣に取り組んでまいります。

私どもCSR推進部はこの4月に新設されました。弊社の経営全般にわたる活動をご紹介します本レポートも初めての「CSRレポート」であり、記載内容などについてはまだまだ改善の余地があるものと存じます。ご提言いただきましたことを真摯に受け止め、「水と生きる」企業として、ステークホルダーの皆様からサントリーならではの役割を認めていただけるよう、様々な意味での「水」への取り組みの中で、どこをより強化していくべきかを常に考え、さらに積極的に活動を展開してまいります。



サントリー株式会社
CSR推進部長
内貴 研二

サントリーのあゆみ

企業活動	西暦	社会・環境活動
鳥井信治郎大阪市に鳥井商店を開業	1899	明治
甘味ぶどう酒「赤玉ポートワイン」発売	1907	
株式会社社屋を設立	1921	大正
京都郊外・山崎に日本初のウイスキー蒸溜所の建設に着手	1923	第一次世界大戦 (1914 - 18)
日本初の本格ウイスキー「サントリーウイスキー白札」発売	1929	昭和
日本最大の自家ぶどう園「山梨W(現・登美の丘W)」開設	1936	
「サントリーウイスキー角瓶」発売	1937	
戦後初の一般市場向けウイスキー「トリスウイスキー」発売	1946	第二次世界大戦終結 (1945)
「サントリーウイスキーオールド」発売	1950	
東京、大阪を中心にトリスパー、サントリーパーが続々誕生	1955	
創業60周年記念製品「サントリーウイスキーローヤル」発売	1960	
「トリスを飲んでハワイへ行こう」キャンペーン実施	1961	サントリー美術館開館
社名を「サントリー株式会社」に変更	1963	
サントリー初のビール工場 武蔵野B開設。「サントリービール」発売	1967	武蔵野Bに排水処理設備導入
日本初の非熱処理ビール「サントリービール純生」発売	1969	サントリー音楽財団設立
京都B開設。創業70周年記念製品「サントリーウイスキーリザーブ」発売	1970	大阪万博にサントリー館出展
「サントリーミネラルウォーター」発売	1972	東京オリンピック開催 (1964)
日本初のロング缶(500ml)ビール発売。「金曜日はワインをかう日」キャンペーン実施	1972	大阪万国博覧会 (1970)
白州D開設	1973	白州Dにバードサンクチュアリ開園。愛鳥キャンペーン開始
	1974	サントリーオープンゴルフーナメント開催
	1976	事業系ガラスびん回収システムを構築
	1978	消費者室(現・お客様コミュニケーション部)を設置
国産初の貴腐ワイン発売	1978	
	1979	サントリー文化財団設立
「サントリーウーロン茶」発売	1981	白州Dが「自然保護優良工場」環境庁長官賞受賞
利根川B開設	1982	千歳Pが「緑化優良工場」通産大臣賞受賞
「シャトーグランジュ(フランス・ボルドー)の経営開始	1983	
「サントリーピュアモルトウイスキー山崎」発売	1984	
麦100%生ビール「モルツ」発売	1986	サントリーホール開場
中国に江蘇サントリービール工場開設	1987	文化事業部を設置
ドイツの「ロバート・ヴァイル醸造所」の経営開始。アライド・ライオンズ社と相互資本提携	1988	
創業90周年記念ウイスキー「響」発売。ペチュニア新品種「サフィニア」発売	1989	白州D「緑化優良工場」総理大臣賞受賞
アジア有数の食品会社「セレボス・パシフィック社」の経営開始	1990	武蔵野Bにコジェネ設備導入
	1991	公益信託「サントリー世界愛鳥基金」創設
	1991	ビール業界初のステイオンタブ缶ビール発売
	1992	環境委員会、環境室(現・環境部)を設置。ARP事務局(現・ARP-UD室)を設置
飲料専用工場 榛名P竣工。缶入りコーヒー「BOSS」発売	1992	「サントリー環境行動指針」制定。京都B、榛名Pに嫌気性排水処理設備導入
	1993	梓の森P「緑化優良工場」通産大臣賞受賞
発泡酒のバイオニア「ホップス 生」発売	1994	「サントリーミュージアム(天保山)」開館
上海三得利梅林食品有限公司・三得利啤酒(上海)有限公司設立	1995	
ゴマの健康食品「セサミンE」発売	1996	「統合配車®システム」開発
世界初の青いカーネーション「ムーンダスト」発売	1997	「サントリー環境基本方針」制定
	1997	「環境に係る商品設計ガイドライン」を制定
	1998	白州Dに蒸留残渣嫌気性処理設備導入
ペプシブランドのマスターフランチャイズ権を獲得	1998	環境レポート発行開始。全ビール工場が100%再資源化達成
創立100周年。環境調和型食品工場 高砂P開設	1999	「消費者志向優良企業」通産大臣表彰。「グリーン調達基本方針」制定
発泡酒「マグナムドライ」発売。「スーパーチューハイ」発売	2000	「廃棄物等情報システム」開発。「第9回環境広告コンクール」大賞受賞
天然水100%仕込み新「モルツ」発売。「ライフパートナー DAKARA」発売	2000	「グリーン購入基本方針」を制定
	2001	グループ全25工場が再資源化率100%を達成。環境シンボルマーク「エコシップ」制定
昆山ビール工場 中国・上海 竣工	2001	主要14工場のISO14001認証取得完了
サントリーフラワーズ 株 設立	2002	高砂P「3R推進功労者等表彰」農林水産大臣賞受賞
	2002	山崎D「緑化優良工場」経産大臣賞受賞
ビール発売40周年。業界初のハイブリッド工場 九州熊本P竣工	2003	南阿蘇にサントリー「天然水の森」オープン
商品開発センター設立。三得利(上海)食品有限公司設立。社内カンパニー制を導入	2003	愛鳥キャンペーン30年記念「愛鳥の絵コンテスト」実施
	2004	京都B「京都府環境トップランナー」賞受賞。コンプライアンス推進部を設置
世界初「青いバラ」を開発。緑茶「伊右衛門」発売	2004	サントリー「森と水の学校」開校。改定版「環境に係る容器包装等設計ガイドライン」制定
「サントリー<キッズ>ドリームプロジェクト」開始	2004	環境レポート大賞・環境報告書賞に入賞
お台場に新オフィス(サントリーワールドヘッドクォーターズ)開業	2005	環境コミュニケーション大賞で3部門受賞。環境報告書賞優良賞受賞
	2005	京都議定書発効 (2005)
		CSR推進部を設置

注：工場名の後のアルファベットは、次のように工場の種類を表します。 D = 蒸溜所、B = ビール工場、W = ワイナリー、P = 食品工場・びん詰め工場等