

SUNTORY

サントリーグループ CSRレポート 2011

Suntory Group Corporate Social Responsibility
Report 2011

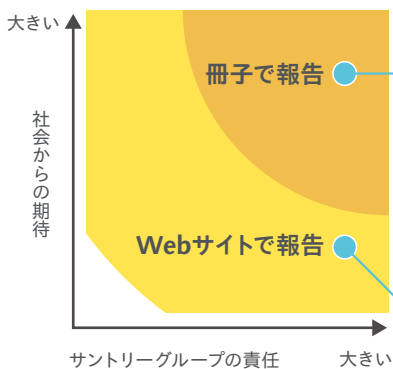


「サントリーグループ CSRレポート 2011」をお読みいただく皆様へ

編集方針

サントリーグループは、持続可能な社会の実現に向けて、当社が果たすべきCSR(企業の社会的責任)をどのように考え、どのように推進しているかを、ステークホルダーの皆様にお伝えするとともに、当社の活動をご理解いただくために毎年「CSRレポート」を発行しています。「サントリーグループ CSRレポート 2011」は、巻頭にて当社のCSRに対する考え方や近年サントリーグループが特に力を入れて推進してきた活動を紹介するとともに、サントリーグループをとりまくさまざまなステークホルダーの方々への責任と行動をご報告しています。当社が自然、社会と共生するためにどのような活動を行っているかをわかりやすくお伝えすることをめざして作成しました。今後の事業活動の参考にさせていただきたいと思しますので、添付のアンケート用紙または当社Webサイトから皆様のご意見・ご感想をお寄せいただければ幸いです。

● CSRに関する情報は、以下の媒体で公開しています



サントリーグループ CSRレポート 2011(本冊子)



● 冊子よりも詳細な情報については、**Web** マークを記載し、CSRサイト(下記)にてご案内しています。

水と生きるWeb <http://suntory.jp/MIZU/>

「水と生きる」に基づく環境や品質への具体的な取り組みを映像で紹介するほか、「水」に関する知識などを掲載しています。



CSRサイト(Web)

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



Webサイトでは、本冊子よりも詳細な報告に加え、さまざまな情報を掲載しています。(P.56参照)

- 最新トピックス
- CSR活動実績と目標一覧
- CSR活動の詳細報告
- グループ各社のCSR活動
- 社会との対話
- CSRレポート
- サイトレポート
- CSR用語集

CONTENTS サントリーグループ CSRレポート 2011

対象範囲

●対象組織

サントリーホールディングス(株)および国内・海外グループ会社195社

- 環境データについては、国内生産グループ会社(全25工場)を対象
- 人事データについては、サントリーホールディングス(株)と雇用契約を結ぶ社員を対象(P.35参照)

●対象期間

データは2010年1月1日～2010年12月31日の実績です。活動については、直近のものも含まれます。

参考にしたガイドライン

- GRI※「サステナビリティ・リポーティング・ガイドライン2006」
- 環境省「環境報告ガイドライン(2007年版)」

※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

発行

2011年6月(次回は2012年6月発行予定)

CSRレポートに関するお問い合わせ先

サントリーホールディングス株式会社
CSR推進部
〒135-8631 東京都港区台場2-3-3
TEL:03-5579-1536
FAX:03-5579-1755
発行責任者:北樹 武次

サントリーグループ概要	03
トップメッセージ	07
サントリーグループのCSRの考え方	09
特集1「水のサステナビリティ」をめざした水源涵養活動 ^{かんよう}	11
特集2「利益三分主義」を受け継ぐ文化・社会貢献活動	15
ステークホルダーからの声と対応	19
●お客様との関わり	
安全・安心への取り組み	21
お客様コミュニケーション	25
健康で豊かな生活への取り組み	26
アルコール関連問題への取り組み	27
海外事業会社の活動	28
●お取引先との関わり	
公正な取引／お取引先との連携	29
海外事業会社の活動	30
●地域社会との関わり	
地域に根ざした貢献活動	31
文化・社会貢献活動	32
海外事業会社の活動	34
●社員との関わり	
人事の基本的な考え方／雇用・就業状況	35
人材育成	36
ダイバーシティの推進	38
ワークライフバランスの推進	39
働きやすい職場づくり	40
●地球環境との共生	
環境経営	41
水のサステナビリティ／生物多様性の保全	43
低炭素企業への挑戦	45
資源の有効活用	48
環境活動を通じた社会との共生	51
海外事業会社の活動	52
●CSRマネジメント	
コーポレート・ガバナンス	53
コンプライアンス／リスクマネジメント	54
第三者意見	55
Web掲載内容一覧	56

サントリーグループ概要

1899年の創業以来、サントリーは、その長い歴史の中で事業を拡大し、現在では、サントリーグループとして、酒類、食品事業にとどまらず、健康食品、外食、花事業など広範な分野で活動しています。さらに、アジア・オセアニア、欧州、北米など、世界各国で幅広く事業を展開しています。

会社概要

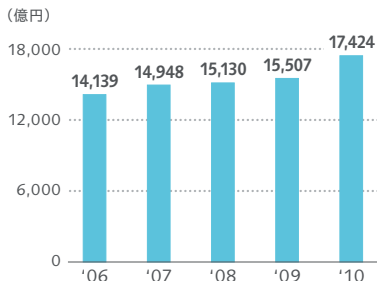
● サントリーグループ

グループ会社	195社 (2010年12月31日現在)
従業員数	25,103名 (2010年12月31日現在)
連結売上高	17,424億円 (2010年1月1日～12月31日現在)
連結経常利益	1,008億円 (2010年1月1日～12月31日現在)

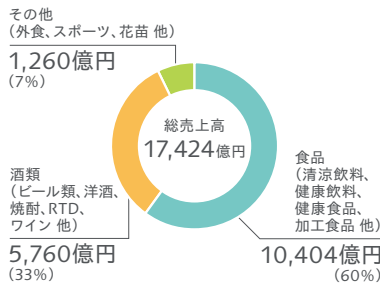
● サントリーホールディングス株式会社

本社所在地	大阪府大阪市北区堂島浜2-1-40
サントリーワールドヘッドクォーターズ所在地	東京都港区台場2-3-3
創業	1899年
設立	2009年2月16日
代表取締役社長	佐治信忠
資本金	700億円

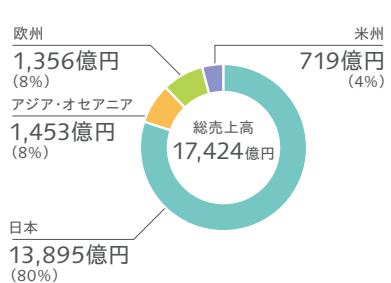
● 連結売上高



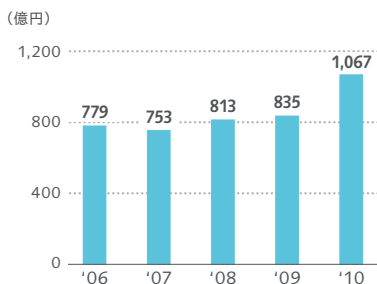
● 事業別売上構成(2010年度)



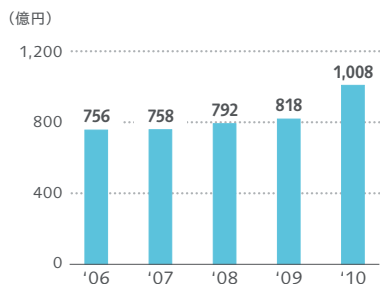
● 地域別売上構成(2010年度)



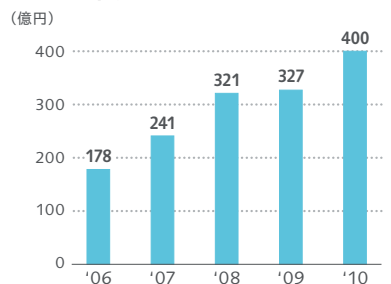
● 連結営業利益



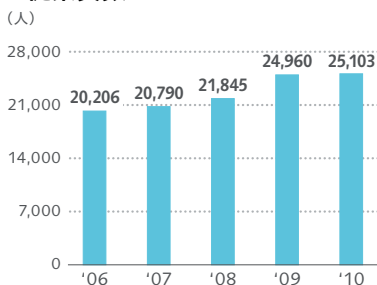
● 連結経常利益



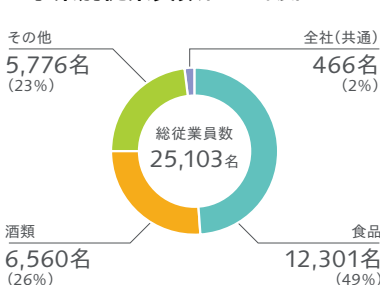
● 連結当期純利益



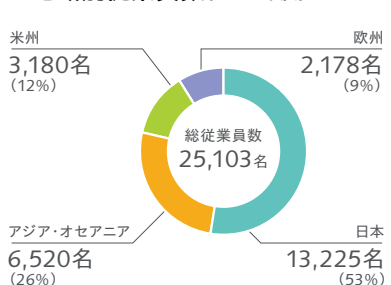
● 従業員数



● 事業別従業員数(2010年度)



● 地域別従業員数(2010年度)



事業概要

●食品関連事業

お客様の豊かで健やかな生活に貢献するために、清涼飲料から健康食品まで多彩な商品をお届けしています。緑茶、ウーロン茶、コーヒー、炭酸飲料、ミネラルウォーターなど多くの飲料カテゴリーでラインナップを充実するほか、長年にわたる食の科学的研究やバイオ技術などを活かした健康食品事業を展開しています。海外においても、アメリカやヨーロッパ、アジア・オセアニア地域での清涼飲料および食品など、積極的な事業拡大を図っています。



●外食・スポーツ・花・サービス関連事業

バー・レストランなどを展開する(株)ダイナックをはじめとして、ファーストフードチェーンの展開、メキシコ、アジアを中心としたレストラン事業など、国内外で外食事業を展開しています。また、健康・自然・生活文化をテーマとして、フィットネス事業、花事業、環境緑化事業、販促支援事業、文化施設でのレセプションサービスなど、さまざまな事業を展開しています。



●酒類関連事業

甘味果実酒「赤玉ポートワイン」を生み出して日本の洋酒文化を拓き、日本初のウイスキー事業に着手、現在では、ビールをはじめとしたさまざまな酒類の製造・販売を行うほか、世界の銘酒をお客様にお届けしています。また、中国をはじめとするアジア、アメリカ、ヨーロッパ、オーストラリア、ロシアなど、海外においても事業を拡大しています。ワインについては、国内で高品質なワインづくりを行う一方で、世界各国の名門ワイナリーと手を結び、グローバルな視点に立ったワインビジネスを展開しています。



●機能会社

品質保証、技術開発、調達・物流、ビジネスシステムなど、サントリーグループ各社に共通する業務を集約するとともに、宣伝・デザイン、お客様リレーション、文化施設の運営などの業務を担う機能会社を設立。プロフェッショナルとしての専門性を発揮しながらグループ経営のさらなる効率化を進めることで、お客様へのよりよい商品・サービスの提供をめざしています。



世界に広がるサントリーグループ

欧州

欧州

41社

2,178名

- Orangina Schweppes Group / オランジーナ・シュウェップス・グループ
- Suntory Europe PLC / サントリーヨーロッパ
- Morrison Bowmore Distillers Ltd. / モリソンボウモア ディスティラーズ
- Suntory France S.A.S. / サントリーフランス
- Louis Royer S.A.S. / ルイ ロワイエ
- Lejay Lagoute S.A.S. / ルジェ ラグート
- Mozart Distillerie GmbH / モーツァルト ディスティラリー
- Grands Millésimes de France S.A.(GMdF) / グラン ミレジム ド フランス
- Château Lagrange S.A.S. / シャトー ラグランジュ
- Château Beychevelle / シャトー ベイシュヴェル
- Château Beaumont / シャトー ボーモン
- Barrière Frères S.A. / バリエール
- Weingut Robert Weil / ロバート ヴァイル醸造所

日本

71社

13,225名

アジア・オセアニア

65社

6,520名

● 関連会社数
○ 従業員数

- 食品関連会社
- 酒類関連会社
- 外食・スポーツ・花・サービス関連会社
- 機能会社

グループ組織図

サントリーホールディングス(株)

サントリー食品インターナショナル(株)

サントリー酒類(株)

サントリー(中国)ホールディングス

サントリーワインインターナショナル(株)

サントリーウエルネス(株)

その他事業会社

サントリービジネスエキスパート(株)

サントリーコーポレートビジネス(株)

サンリーブ(株)

サントリーフーズ(株)

サントリープロダクツ(株)

国内グループ会社

フルコアグループ

オランジーナ・シュウェップス・グループ

セレボス・パシフィック

ペプシ・ボトリング・ベンチャーズ

ティプコ F&B

サントリービア&スピリッツ(株)

国内グループ会社

海外グループ会社

中国酒類グループ会社

中国食品グループ会社

国内グループ会社

海外グループ会社

機能グループ会社

米 州

米 州

18社

3,180名

- Pepsi Bottling Ventures LLC/ペプシ・ボトリング・ベンチャーズ
- Suntory International Corp./サントリーインターナショナル
- Suntory Mexicana S. A. DE. C. V./サントリー メヒカーナ
- Restaurant Suntory Mexico Group/レストランサントリーメキシコグループ

日 本

- サントリー食品インターナショナル株式会社
- サントリーフーズ株式会社
- 北海道ペプシコーラ販売株式会社
- 東北ペプシコーラ販売株式会社
- 日本ペプシコーラ販売株式会社
- 中部ペプシコーラ販売株式会社
- 近畿中国ペプシコーラ販売株式会社
- 南九州ペプシコーラ販売株式会社
- 沖縄ペプシバレッジ株式会社
- サントリープロダクツ株式会社
- サントリー食品工業株式会社
- 日本ペプシコーラ製造株式会社
- サントリーウエルネス株式会社
- 株式会社コネクト
- ハーゲンダッツ ジャパン株式会社
- サントリー酒類株式会社
- サントリーピア&スピリッツ株式会社
- 株式会社エイチ・ピー・アイ
- サントリーアライド株式会社
- 沖縄サントリー株式会社
- 九州サントリーテクノプロダクツ株式会社
- サンブレイン株式会社
- 株式会社ミュブランニング&オペレーターズ
- サントリーワインインターナショナル株式会社
- 株式会社ファインズ
- 株式会社岩の原葡萄園
- モンテ物産株式会社
- 株式会社ダイナック
- 株式会社プロントコーポレーション
- ファースト キッチン株式会社
- 日本サブウェイ株式会社
- 井筒まい泉株式会社
- 株式会社ティップネス
- サントリーフラワーズ株式会社
- サントリーミドリエ株式会社
- 株式会社サントリーショッピングクラブ
- サントリーサービス株式会社
- サントリーパブリシティサービス株式会社
- サントリー興産株式会社
- 株式会社サン・アド
- サントリービジネスエキスパート株式会社
- サンカフェ株式会社
- カンバク株式会社
- サントリーロジスティクス株式会社
- 株式会社サンモアテック
- サントリーコーポレートビジネス株式会社
- サンリーブ株式会社

アジア・オセアニア

- Frucor Group/フルコアグループ
- Cerebos Pacific Ltd./セレボス・パシフィック
- Tipco F&B Co., Ltd./ティプコF&B
- Suntory (China) Holding Co., Ltd./サントリー(中国)ホールディングス
- Suntory (Shanghai) Foods Marketing Co., Ltd./サントリー上海食品販売
- Suntory (Shanghai) Foods Marketing Co., Ltd. Beijing Branch/サントリー上海食品販売北京
- Suntory (Shanghai) Foods Co., Ltd./サントリー上海食品
- Suntory (Aust) Pty Ltd./サントリーオースト
- Suntory Taiwan Ltd./サントリー台湾
- Suntory (China) Holding Co., Ltd./サントリー(中国)ホールディングス
- Suntory (Shanghai) Marketing Co., Ltd./サントリー(上海)販売
- Suntory Brewing (Shanghai) Co., Ltd./サントリービール(上海)
- Suntory Brewing (Kunshan) Co., Ltd./サントリービール(昆山)
- Suntory Guangming Brewing (Shanghai) Co., Ltd./サントリー光明ビール(上海)
- China Jiangsu Suntory Foods Co., Ltd./江蘇サントリー
- Wuxi Zhentai Winery Co., Ltd./無錫振太酒業
- ASC Fine Wines Holding Ltd./ASCファインワインズ
- Suntory F&B International Group/SFBIグループ
- Gold Knoll Ltd./ゴールドノール

「Growing for Good」な企業をめざして



サントリーホールディングス株式会社 代表取締役社長
佐治 信忠

本年3月11日に、日本を未曾有の大地震が襲い、大きな爪あとを残しました。東日本大震災によりお亡くなりになられた方々のご冥福を衷心よりお祈り申し上げますとともに、被災された方々に謹んでお見舞い申し上げます。

サントリーグループも総力をあげて、復興・再生支援に取り組んでいます。震災発生後、直ちに実施した3億円の義捐金、100万本の天然水提供等による被災地の復興支援に加え、清涼飲料・ビール類の缶製品の売上1本につき1円を義捐金として積み立て、合計約40億円を被災したこどもたちの支援や漁業復興に向けた産業再生など、未来の希望に貢献できる分野へ拠出してまいります。

国際的に政治・経済状況は不透明さを増し、グローバルな競争は激化し、企業をとりまく環境はますます厳しさを増しています。また、今回の東日本大震災による原子力発電所の事故により、原発推進の是非や、再生可能エネルギーをめぐる議論が地球規模で深まるなど、持続可能社会を創造するうえでの新たな課題も浮き彫りになっています。

サントリーグループは、1899年の創業以来、「やってみなはれ」を合言葉に、常に価値のフロンティアへの挑戦を繰り返し、酒類や飲料事業に加えて今日では健康食品・外食・花など、多彩な事業を展開する総合酒類食品企業グループとして成長を遂げています。さらに、グローバルな成長を実現するために、本年1月には、「サントリー食品インターナショナル(株)」「サントリー(中国)ホールディングス」を設立し、体制の強化を図りました。

グループの事業がグローバルに拡大していくなか、企業理念「人と自然と響きあう」のもと、世界中の人々とそして世界中の大いなる自然との共生を図っていくことをめざしています。お客様のニーズに基づいて最高品質の商品・サービスをお届けするだけでなく、かけがえのない地球環境と豊かな生活文化を、私

たちのこどもたちに、さらにその先の世代にまで持続可能な状態で引き継いでいくことがサントリーグループの使命であると、私は考えています。

●

創業者・鳥井信治郎は、「事業によって利益を得ることができるのは、人様、社会のおかげだ。その利益は、『お客様やお得意先へのサービス』『事業への再投資』に加え、『社会への貢献』に役立てる」との強い信念に基づき、熱心に社会福祉活動に取り組みました。1921年に設立した無料診療院に端を発する「邦寿会」は、創設90周年を迎え、現在に至っています。

そして、その信念は、サントリーグループのCSR活動を支える「利益三分主義」の精神として、世代を超えて進化しながら受け継がれてきました。

人々の心豊かな生活に貢献するための文化貢献活動も、「利益三分主義」の精神のもと積極的に推進してきたものです。本年、「サントリー美術館」が開館50周年、「サントリーホール」が開館25周年の節目の年を迎え、決意を新たに活動を展開してまいります。

また、2009年に創設した「公益財団法人サントリー芸術財団」に続き、昨年5月には「(財)サントリー文化財団」が「公益財団法人サントリー文化財団」として、本年1月には「(財)サントリー生物有機科学研究所」が「公益財団法人サントリー生命科学財団」と改称して新たなスタートを切りました。それぞれが公益財団法人として自立し、芸術文化、人文科学、生命科学の振興に、より一層の貢献ができる体制を整えました。

今後も、多様な文化・社会貢献活動を通じて、社会に豊かな潤いを提供してまいりたいと考えています。

●

事業活動の展開にともなう地球環境の負荷低減はあらゆる企業が等しく負わなければならない、地球市民としての責務です。私たちの事業の多くは、水や農作物などの自然の恵みによって支えられており、自然の大きな営みに対する敬意と感謝のもと、持続可能性をめざした環境経営を推進しています。昨年新設した「エコ戦略本部」の主導のもと、グループをあげて「水のサステナビリティ」「資

源の有効活用」「低炭素企業体質」の実現に向け、さまざまな取り組みを展開しています。

特に、酒類や飲料といった水の恵みをお届けする事業を中核とする企業として、かけがえのない水という資源に対する責任は重大です。サントリーグループでは、工場で使用する地下水の量以上の水を育むために、2003年から水源涵養林「天然水の森」の整備活動に一貫して取り組んでまいりました。国連が定めた「国際森林年」である2011年中には、目標としていた7,000haにまで拡大する見込みです。これは、東京の山手線の内側よりも広い面積にあたります。さらに、数十年、数百年先の未来を見据えて、取り組みを進めてまいります。

また、水に対する徹底した品質保証、工場における節水、厳しい排水管理、さらには水の大切さをこどもたちに伝えていく次世代環境教育活動など、多様な「水のサステナビリティ」への取り組みを充実させています。

原材料、エネルギーなどについても、不断の技術革新による3Rを一層推進し、「資源の徹底的有効活用」を図っています。また、CO₂排出量削減を通じた地球温暖化対策については、工場などにおける直接の排出を削減してだけでなく、原料調達から販売まですべてのバリューチェーンにおける排出削減の目標を掲げ、グループ全社で取り組みを強化しています。

●

サントリーグループは、人と自然と響きあいながら、新たな価値を創造する「Growing for Good」な企業をめざしています。これまで以上によりよい商品・サービスを提供し、さらに豊かな生活文化や地球規模での環境への貢献を果たしていくためにも、企業として持続的な成長を続けていくことが、私の願いであり、またサントリーグループの社会的責任だと考えています。

これからも、すべてのステークホルダーの皆様のお声に耳を傾けながら、CSRビジョン「水と生きる」に基づく活動を着実に実践してまいります。今後ともご支援ご指導いただきますよう、よろしく願い申し上げます。

2011年6月

サントリーグループのCSRの考え方

自然、社会との共生を実現し、真に価値ある企業となるために、私たちが果たすべき責任として、サントリーグループは「水と生きる」をCSRビジョンとして掲げ、さまざまな取り組みを実践しています。

サントリーグループは、その存在理由ならびに到達目標を「人と自然と響きあう」という企業理念に定めています。その根底に流れるのは、1899年の創業以来変わらぬ「自然との共生」「社会との共生」の精神です。この企業理念の実現に向け、お客様

に支持される「Growing for Good」な企業として、生活文化の豊かな発展と地球環境の健全な維持をめざし、挑戦しつづけることがサントリーグループのCSRであると考えています。

サントリーグループの理念

Our Mission

企業理念

■ 人と自然と響きあう

Our Vision

めざす姿

■ Growing for Good

お客様に最高品質の商品・サービスをお届けし、生活文化の豊かな発展と持続可能な地球環境の実現に向かって企業活動を推進するサントリーグループ。これまで以上によい商品・サービスを提供し、さらに豊かな生活文化や地球規模での環境への貢献を果たしていくために、グローバルにさらなる成長を続ける企業をめざします。

Our Values

基本となる価値観

■ チャレンジ精神 —「やってみなはれ」

ウイスキーをはじめとする日本の洋酒文化を切り拓いた創業者のチャレンジ精神を受け継ぎ、総合酒類食品企業として、ビールや清涼飲料、健康食品などのさまざまな事業分野を開拓してきました。この精神は、自由闊達な社風と新たな価値の創造に挑戦していく原動力となっています。

■ 社会との共生 —「利益三分主義」

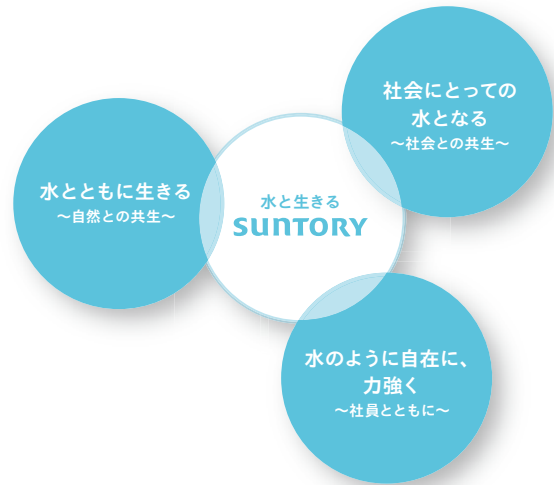
事業によって得た利益は、「事業への再投資」、「お得意先・お取引先へのサービス」にとどまらず、「社会への貢献」にも役立てたい、という創業者の精神を受け継ぎ、ステークホルダーとともに持続的な成長をめざします。

■ 自然との共生

ウイスキーやワイン、ビール、清涼飲料など、私たちの事業の多くは、水や農作物などの自然の恵みによって支えられています。創業時からずっと変わらない、自然の大きな営みに対する敬意と感謝のもと、私たちは環境経営を推進します。

CSRビジョン「水と生きる」

「水と生きる SUNTORY」は、企業理念「人と自然と響きあう」に基づく私たちの活動を広く社会と共有するために生まれました。ウイスキーやビール、ワイン、清涼飲料や健康食品など、お客様に水と自然の恵みをお届けする企業として、地球にとって貴重な水を守り、水を育む環境を守ること。水があらゆる生き物の渴きを癒すように、社会に潤いを与えつづけること。そして、社員一人ひとりが水のように自在で力強く挑戦できる企業でありつづけること。自然、社会との共生の実現をめざし、サントリーグループは「水と生きる」を実践していきます。



サントリーグループをとりまくステークホルダー

サントリーグループの事業活動は、多様なステークホルダーの皆様との関わりの中で進められています。「水と生きる」を実践し、よりよい社会の実現に貢献する企業でありつづけるために、私たちはそれぞれのステークホルダーの方々への責任を

明らかにするとともに、さまざまなご意見や社会のニーズを企業活動に反映しながら、皆様との高い信頼関係と協働関係を継続的に築いていくことを目標としています。

お客様

「お客様満足」を第一に、お客様に信頼され、喜んでいただける安心・安全な商品・サービスをお届けするとともに、お客様との双方向コミュニケーションを大切に、ご意見やご要望を企業活動に反映しています。

▶▶▶ P.21

お取引先

事業活動を支えてくださるサプライヤーや物流協力会社などのお取引先とは、公正な競争機会や公平な評価・選定を基盤に、相互の品質向上・安全性確保に努め、共に発展していくことをめざしています。

▶▶▶ P.29

地域社会

社会と共生する企業でありつづけるために、「利益三分主義」の精神のもと、地域社会に根ざした貢献活動を展開するほか、継続的な福祉活動や文化・スポーツを通じた支援を行うなど、多彩な取り組みを展開しています。

▶▶▶ P.31

社員

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

▶▶▶ P.35

地球環境

「水と生きる」企業として地球環境の保全に取り組み、生命の輝きに満ちた持続可能な社会を次の世代に引き渡すことができるよう、環境経営を事業活動の基軸におき、グループ全体でさまざまな活動を推進しています。

▶▶▶ P.41

「水のサステナビリティ」をめざした

水源涵養活動

サントリーグループの事業活動は「水」に支えられています。

お客様に提供している多くの商品は、いい水がなければつくることができません。

その「水」がいつまでも安全で、おいしく、十分な量で次の世代にも受け継がれるように、

私たちは水源涵養エリアの森を守る活動を行っています。

それがサントリー「天然水の森」。

事業の生命線である「水のサステナビリティ」を支えるこの活動を、

私たちは基幹事業のひとつに位置づけています。

サントリー「天然水の森」の活動

サントリー「天然水の森」は、全国の工場の水源涵養エリアで、

地下水を育む力の大きい森を育てる活動です。

工場で使用する地下水の量以上の水を育むために、

2011年末までに水源涵養面積を7,000haにまで拡大することをめざしています。

豊かな地下水を育むいい森とは、十分に水を蓄え、地下深くに導く「良質な土壌」がある森のこと。

しかし、その「良質な土壌」は、森が荒れると、急速に失われてしまいます。

大雨のたびに、土が流されるようになると、

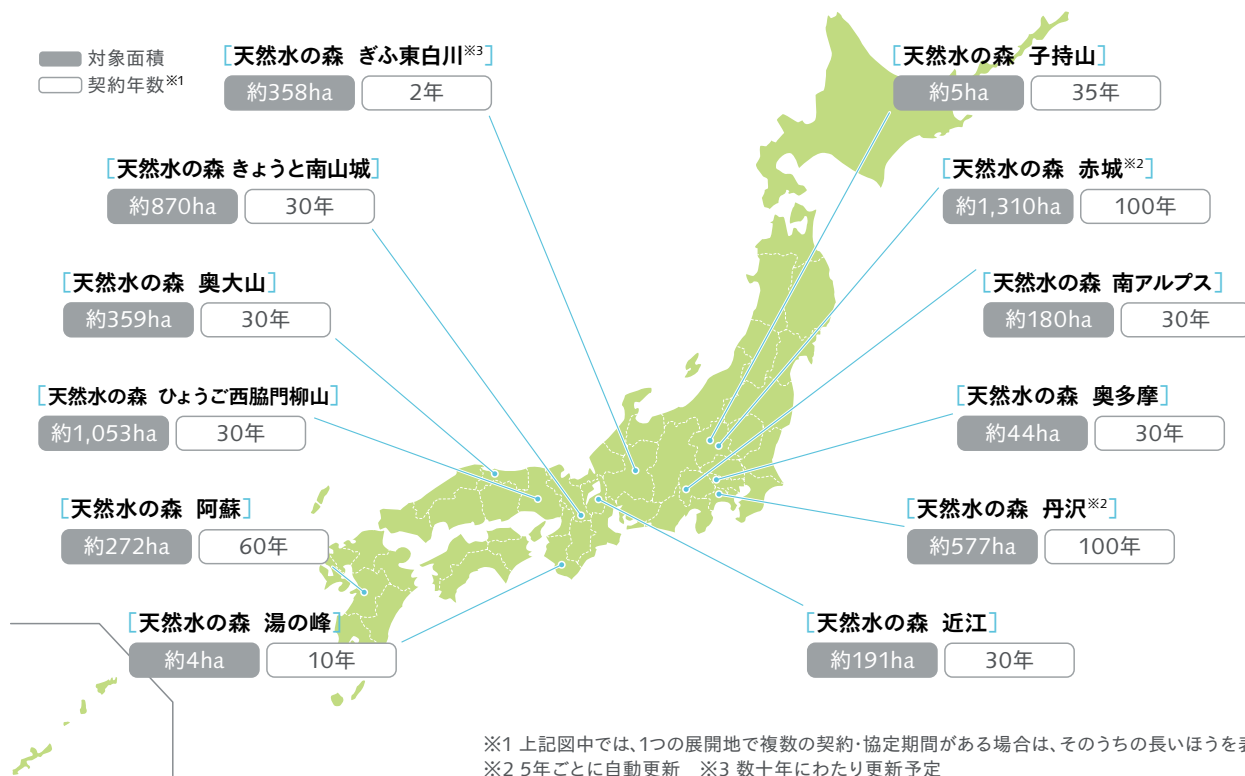
森が本来持っている、水を蓄える力(水源涵養力)もてきめんに衰えます。

大切な土壌を、守り、深く育てていくためには、

生物多様性に富んだ豊かな森づくりが、不可欠なのです。

現在約5,223ha。2011年末までに水源涵養面積 7,000haへ。

2011年4月現在



守り、育てる

計画に沿って森の自然な回復を促す



間伐した木々。CO₂を長く固定しておくためには、「木を活用する」ことも、とても大切

間伐で光が入ると、薄暗かった森林の地面にも草木が生えてくる



鹿の食害から守るため、必要に応じて植生保護柵を設置 (写真提供: 丹沢大山自然再生委員会)

社員による森林整備体験。枯れ枝を払って、光環境を改善



- 水源涵養力の高い土壌づくり
- 専門家と協力した森林整備
- 生物多様性に富んだ森づくり
- 社員のボランティア参加

いい土をつくるためには、木や草、動物や微生物の力を借りて、土を耕す必要があります。私たちは、これらの「森がもつ自然な力」を手助けして、いい土がつけられるように導いていきます。

たとえば、針葉樹が育ちすぎて光の入らなくなった森。地面に草木が生えないと、雨は土壌に蓄えられることなく、地表を流れていってしまいます。近年では、鹿や害虫に植物が食い荒らされ、自力では元に戻ることができない森も増えています。こうした森を適切に整備し、水を蓄える力の大きい健全な森に変えていきます。

健全な森とは、多様な樹木や植物、生き物がバランスよく生息し、生物多様性に富んだ森のことです。自然に育った多様な種が関わり合うことで、いい土壌が生まれ、病害虫の被害からも自然に回復する強い森になります。

かんよう

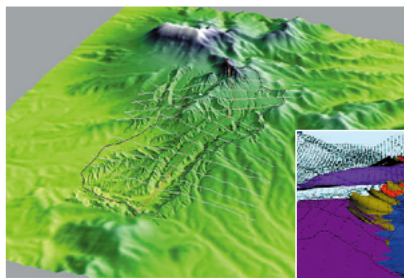
涵養面積7,000haの目標は、数十年、数百年つづく活動の第一段階にすぎません。

自然との理想的な共生関係を実現するために、

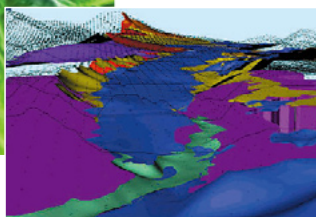
大地の声、動植物たちの声に耳を傾けながら、私たちの活動は続いています。

調べる

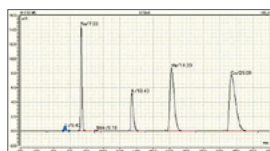
水、土、森を十分に科学する



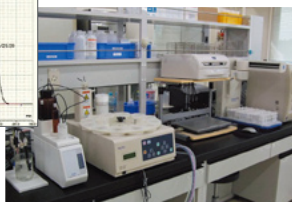
水科学研究所による水文調査。さまざまな調査から水源涵養エリアを特定



森に分け入って川の水量・水質を調査



水の成分分析



- 水科学研究所の水文調査
- 必要面積の算出

サントリー「天然水の森」の活動は、工場周辺のエリアを徹底的に調べることから始まります。工場で使用量以上の地下水を育む森をつくるには、まず水源涵養エリアを特定し、その土地の水源涵養力と工場で使用量の水の量を勘案して、面積を決める必要があります。

この調査の主体となるのは、サントリー水科学研究所です。水の成分、地形や地質・地層、工場とその周辺の井戸に関する情報などを調査し、どこから、どのような地層を通して、どれくらいの年月をかけて、どのように流れてきた水なのかを推定します。これらの調査結果に基づいて、工場の水源涵養エリアがどこなのかを特定していきます。

涵養エリアがわかった後は、その周辺で、国や地方自治体、地域の皆様と相談し、実際に森に分け入って、詳しく調査を進めます。そのうえで、「天然水の森」の協定を結び、整備のお手伝いを始めることになります。

それぞれの森の問題解決に、最適な専門家に相談するところから、仕事が始まります。

放置人工林、ナラ枯れ、松枯れ、拡大竹林、鹿による食害…。日本の森のさまざまな問題解決に最適な先生に研究をお願いし、その成果を全国の「天然水の森」の整備に水平展開、あるいは森に合わせてアレンジしていくことが、私たちの最も重要な仕事です。

松枯れ



外来種「マツノサイセンチュウ」による松枯れ

ナラ枯れ



「カシノナガキクイムシ」の大発生により、全国のナラが全滅の危機に

鹿の食害



増えすぎた鹿により、山の生物多様性は、危機に直面



サントリーホールディングス(株)
エコ戦略部
シニアスペシャリスト

山田 健

計画する

森に合わせて整備計画を策定する



森の植生調査。樹木の種類や状態を細かく確認



実験的施業を繰り返し、最善の整備方法を検討

- 専門家と協力した環境調査
- 実験的施業
- 10年、50年、100年先を見据えた整備計画の策定

森の場所、面積が決まったところで、これからの整備計画を策定します。ここでも調査は欠かせません。各分野の専門家にご協力いただいて、森の環境を調べています。どのような土に覆われているのか、どのような植物が生えているのか、どのような生き物がいるのか、それらを総合的に判断し、10年、50年、100年先を見据えた計画を立てていきます。

森は、それぞれに異なる多様な問題を抱えています。それらの問題に応じて森をいくつかの実験区に分け、さまざまな施業方法の比較検討を行っていきます。いきなりすべてを実施するのではなく、実験の結果を見極めながら、時間をかけて理想の方法を探っていきます。健全な森を育てるためには長い歳月が必要なのです。

だからこそ、サントリー「天然水の森」は数十年という長期間にわたる森林整備の計画を立てています。

■ サントリー「天然水の森」計画策定時に考慮する視点

水文

森の地下での水の流動と水質を分析し、植生の変化が、地下水の水質・水量に与える影響を評価しています。

植生

まずは現状の植生を調査し、森ごとの将来像に合わせた理想的な管理方法を模索していきます。

森林生物

森にすむ鳥や動物、昆虫、土壌生物などを調査し、生物多様性が地下水に与える影響を調べています。

土壌

地下水涵養にとって最も重要なのは土壌。その土壌を採取し、物理・化学・微生物など、さまざまな側面から分析します。

砂防

大切な土壌が雨で流されないように、土壌侵食や土砂災害を防ぐための最良の手段を探っています。

つなぐ 活動を広め、日本のすべての森を健全に

私たちが専門家とともに手探りで得た研究成果は、ホームページや書物を通じて、すべて公開していきます。水源涵養林や環境林をめざす、全国のボランティアや企業、行政等の皆様に、積極的にご利用いただきたいと思います。

また、林業家の皆様には、「天然水の森」で新しい技術を身につけていただき、その技術を地域の再活性化のために活かしてもらおうなど、サントリー「天然水の森」だけでなく、周辺の森すべてがよみがえることを私たちは願っています。

私たちの活動をきっかけにして、日本の森が、100年、1000年とつづく健全で豊かな森に生まれ変わっていくように、「水と生きる」企業として、これからもこの活動を一層充実させていきます。



2011年4月には、水科学フォーラム「天然水の森を科学する」を開催



特集 2

「利益三分主義」を受け継ぐ 文化・社会貢献活動

世界一のコンサートホールをめざして

25周年

1986 | サントリーホール

1986年、東京初のコンサート専用ホールとして、「世界一美しい響き」をコンセプトに開館しました。以来、創造的で質の高いコンサートの開催に加えて、カーネギーホールとの提携プログラムや海外音楽大学との交流プロジェクトなど、多彩な次世代育成プログラムを展開しています。

開館25周年を迎えるにあたり、より多くの方に音楽を届け、クラシック音楽の歴史を創っていく役割を再確認し、「心かよう 心うごく」をメインメッセージに、新たに2つの企画を立ち上げます。

秋には、世界の一流演奏家が集う「サントリーホール

フェスティバル」、初夏には、室内楽本来の楽しさを伝え、さらなる普及・発展をめざす「サントリーホールチェンバーミュージック・ガーデン」を開催。あわせて、室内楽アカデミーを開講し、世界で活躍する歌手を輩出してきた「オペラ・アカデミー」(1993年開講)とともに、若手演奏家が一流音楽家と交流し、プロとしての現場を体験する機会を提供しています。

サントリーホールはこれからもクリエイティブで魅力ある企画を提供することで、音楽がより生活に根づいたものになることをめざして活動していきます。



ブルーローズ(小ホール)



カーネギーキッズ2010



ウィーン・フィルハーモニー
ウィーク イン ジャパン 2010



パイプオルガン

時代にあった新しい美術館像を探しつづける

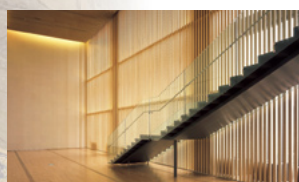
1961 | サントリー美術館

2007年、日本の伝統と現代を融合させた「和のモダン」を基調に、安らぎとやさしさに溢れた空間をめざし、東京ミッドタウンにサントリー美術館をリニューアルオープンしました。開館以来の基本理念である「生活の中の美」を継承しつつ、さらに多くのお客様に、時代・地域・分野を超えた新しい美を発見し、感じる喜びを体感してもらいたいという思いを込めて、新たなミュージアムメッセージ「美を結ぶ。美をひらく。」を掲げ、さまざまな活動を展開しています。

周囲に美術館も多く、海外からのお客様も多い六本

木。その地域特性を活かし、地域全体でアートを活性化させようという取り組みも進んでいます。開館50周年を迎え、これまで力を注いできた日本美術を中心とした多彩な企画展と収集活動に加え、地域との連携、次世代育成、研究分野への貢献も今後の活動に取り入れていきます。

新しい美術館像が模索される21世紀、お客様や有識者の皆様からもご意見をいただきながら、美を介して感動を生み出し、多くの人々が集い憩う「都市の居間」としての居心地の良い美術館をめざします。



「和のモダン」を基調とした美術館内



国宝「浮線綾螺鈿蒔絵手箱」



美術館内併設ショップ



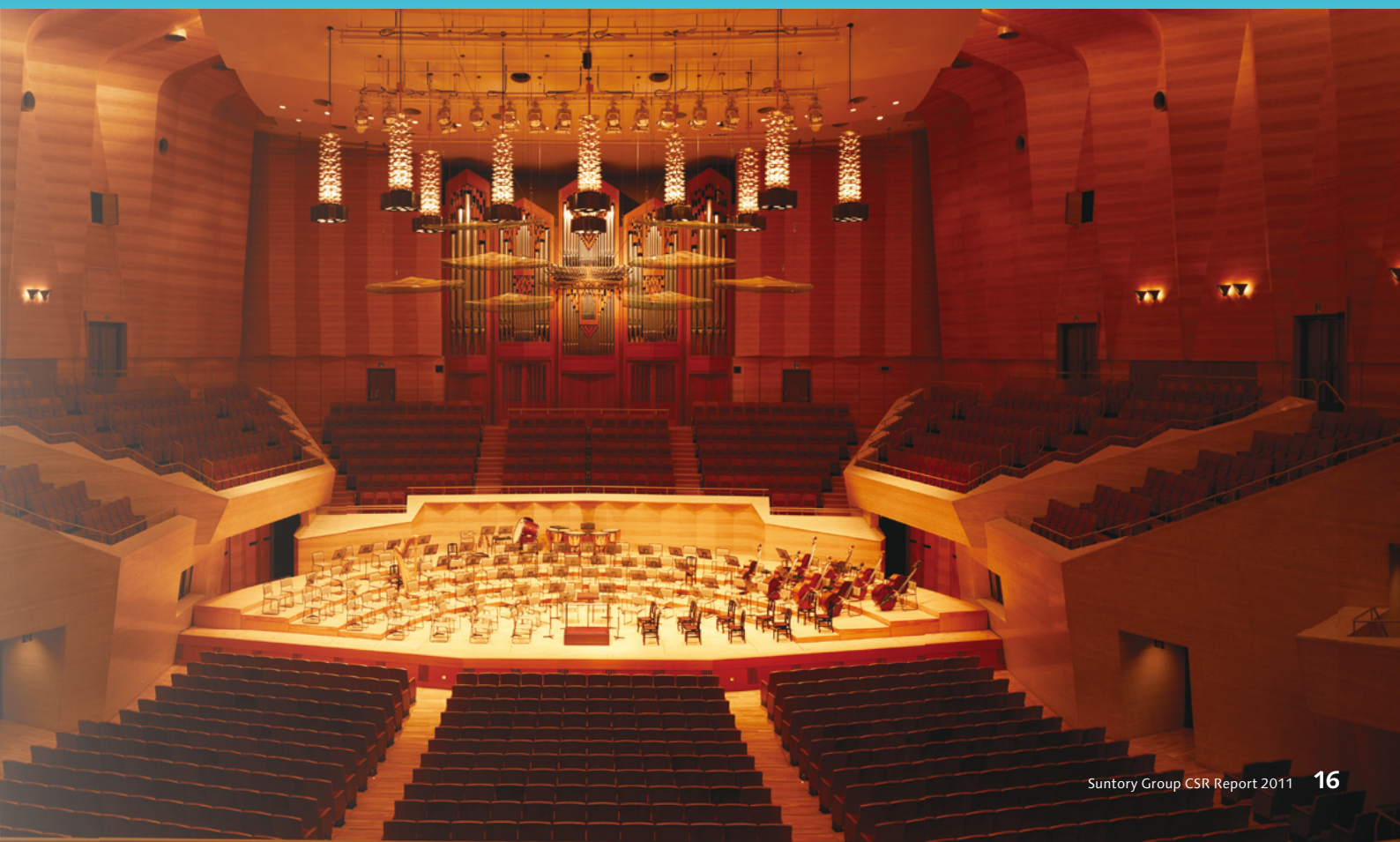
エデュケーション・プログラム

2011年、サントリー美術館は開館50周年、サントリーホールは開館25周年を迎えます。

戦前からの社会福祉活動に加えて、「美術・音楽を中心とした芸術文化の振興、学問の振興などによって生活文化の豊かな発展に寄与したい」という思いのもと、

人々の心を豊かにする生活文化企業をめざして、文化貢献活動に取り組んできました。

創業者・鳥井信治郎の「利益三分主義」の精神は、時代の変化に応じて活動を進化させながら、世代を超えて受け継がれています。



原点となる「利益三分主義」の精神

サントリーグループが、世代を超えて文化・社会貢献活動を継続して行ってきた原点は、創業者・鳥井信治郎が信念としていた「利益三分主義」にさかのぼります。事業によって得た利益は、「事業への再投資」、「お得意先・お取引先へのサービス」にとどまらず、「社会への貢献」にも役立てたいという考えです。サントリーグループでは、創業者の「利益三分主義」の精神を受け継ぎ、社員が主体的に関わりながら多くの活動を展開してきました。

特に信治郎は当時の時代背景から、恵まれない境遇の方々への慈善活動や社会福祉事業に熱意を傾けました。

邦寿会 1921年

創業者・鳥井信治郎が篤い信仰心から行った最初の社会貢献活動が「邦寿会」です。貧しい人々のため、1921年に大阪市西成区に今宮診療所を開設し、無料診療と投薬を行ったのが活動の始まりでした。この活動は戦時下においても継続され、戦後は新たに必要とされた海外引揚者のための寮や戦争未亡人のための母子寮「赤川ホーム」を開設しました。

その後、より幅広い方々への貢献をめざし、大阪市内初の特別養護老人ホーム「高殿苑」(1974年)、「つぼみ保育園」(1975年)、軽費老人ホーム「天野苑」(1976年)、総合福祉施設「どうみょうじ高殿苑」(2008年)を開設。現在に至るまで、90年の長きにわたり活動を続けています。現在は人々の生活の多様化に対応し、訪問介護や通所介護、居宅介護支援などの在宅介護サービスも提供しています。

生活文化企業をめざして

2代目社長であった佐治敬三は、初代・鳥井信治郎の

志を継ぎ、「利益三分主義」の精神を文化領域で実践しました。物質的に豊かになった日本に、心の豊かさをもたらすには、芸術文化および学術の振興の役割が重要になってくると考えました。

そして、生活文化の豊かな発展に寄与するため、「生活文化企業」という目標を掲げて、さまざまな文化貢献活動に取り組んできました。サントリー美術館、サントリー音楽財団、サントリー文化財団、サントリーホールなど新たな活動を次々と立ち上げ、今日に至るまで芸術文化および学術振興をめざした活動を継続しています。

サントリー美術館 1961年

サントリー美術館設立のきっかけは、当時の社長・佐治敬三が欧州で訪問した美術館に感銘を受け、日本人も先祖から受け継いだ芸術を守り、次の世代に伝える必要があると考えたことにあります。

欧米の「美術品は見て楽しむもの」とする文化に対し、日本の美術の特長は工芸美術であり、美術品が「普通の生活で使うもの」としてつくられています。こうした日本の伝統美術のすばらしさを多くの人に身をもって感じてもらいたいとの思いから、「生活の中の美」というテーマを掲げて、常設展を設置しない美術館として、展覧会の企画や展示方法などに工夫を凝らしてきました。開館が決まってから収集を始めた美術品も、今では、国宝1件、重要文化財12件を含む約3,000件のコレクションとなりました。開館50周年を通過点として、ミュージアムメッセージ「美を結ぶ。美をひらく。」に基づくさまざまな活動を実施し、常に新しい「サントリー美術館」を提案していきます。

サントリー音楽財団 1969年

創業70周年記念事業として、1969年、日本における



洋楽の発展を目的に「サントリー音楽財団」を設立しました。クラシック音楽界において優れた業績をあげた個人または団体を顕彰するため、「サントリー音楽賞」「佐治敬三賞」「芥川作曲賞」の各賞を設けています。表彰のみならず、受賞者の業績を紹介する記念コンサートの開催や新たな作品の作曲委嘱を行うなど、受賞者に活躍の場を提供するのが大きな特長となっています。また、顕彰以外にも、「日本人作曲作品の振興」のための諸事業、出版などの幅広い活動に取り組んでいます。2009年よりサントリー芸術財団の音楽事業部として、クラシック音楽界の発展と文化の向上への寄与をめざし、活動を展開しています。

サントリー文化財団 1979年

サントリー文化財団は、社会と文化に関する国際的、学際的研究の支援と人材の育成を行い、日本と世界の学術・文化の発展に貢献することをめざして、創業80周年記念事業として1979年に設立されました。国際化が日本の課題となるなか、人文社会科学分野における日本の情報発信力の向上が必要とされたことも、財団設立のきっかけとなっています。若手研究者の著作への「サントリー学芸賞」、文化を通じて地域発展に資する活動に対しての「サントリー地域文化賞」は独自の活動として評価され、設立以来、数多くの方々を顕彰してきました。そのほか、人文科学・社会科学に関する研究や海外出版への助成、財団自ら実施する調査研究にも取り組んでいます。今後とも、次代の学術・文化の発展に貢献していきます。

サントリーホール 1986年

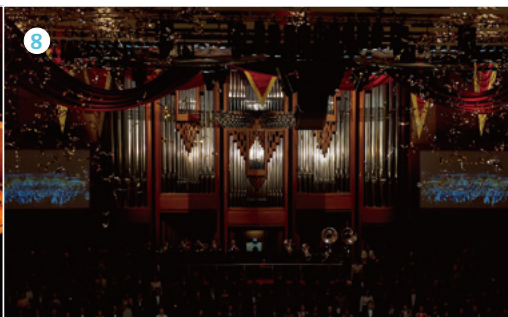
サントリーホールは、音楽関係者からの「日本の音楽界のためには音の良いコンサート専用ホールが必要」と

いう声に応えて、1986年に誕生しました。当時としては、2つの点で画期的でした。ひとつは、コンサート専用ホールとして「世界一美しい響き」をめざし、音に徹底的にこだわったこと。日本で初めてヴィンヤード(ブドウ畑)形式を採用し、演奏家と聴衆が一体となった臨場感溢れる音楽体験を共有することができます。もうひとつは、コンサートを楽しむ文化そのものを日本に根づかせたいとの思いから、開演前や休憩のひとつときを楽しんでいただくサービスを取り入れたことです。お客様をご案内するレセプションやクローク、バーコーナーも導入し、大人の社交場としての新たな楽しみを創造しました。

また、音楽の情報発信基地としてオリジナル企画の主催公演を開催。2007年にはウィーン楽友協会とパートナーシップを結び、カーネギーホールともエデュケーション・プログラムで提携するなど、世界を視野に入れた活動を展開しています。

開館以来25年、世界の演奏家が連日集い、およそ14,000公演、1,400万名を超えるお客様にご来場いただいています。

サントリーグループでは、「利益三分主義」の精神に基づき、創業以来、社会福祉活動から、芸術文化・学術・スポーツの振興に対する貢献活動まで、さまざまな文化・社会貢献活動に取り組んできました。生活文化の豊かな発展に寄与していくためには、時代のニーズに応じていくとともに、より多くの方に芸術文化に親しんでもらえるよう、「もっとわかりやすく、もっとおもしろく」伝える努力も必要だと考えています。また、次の時代を担う子どもたちの育成や地域社会との連携もますます重要になってきます。今後とも、サントリーグループは、「利益三分主義」の精神を受け継ぎ、真に豊かな社会をめざして、さまざまな文化・社会貢献活動を展開していきます。



①創業者・鳥井信治郎 ②赤川ホーム内に開設した赤川保育所
③社会福祉法人邦寿会が運営する「高殿苑」と「つぼみ保育園」での交流 ④2008年に開設した大阪府にある総合福祉施設「どうみょうじ高殿苑」 ⑤2007年 東京ミッドタウン(六本木)に移転したサントリー美術館 ⑥公益財団法人サントリー芸術財団による「サマーフェスティバル」 ⑦公益財団法人サントリー文化財団による第32回「サントリー地域文化賞」 ⑧ガラ・コンサート フィナーレ ⑨1983年よりスタートし、現在も協賛を続けている「サントリー1万人の第九」

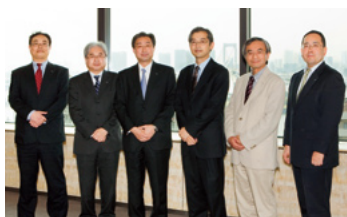
ステークホルダーからの声と対応

持続可能な社会の実現に向けて取り組むサントリーグループのCSRをさらに充実させていくため、さまざまなステークホルダーとの対話を行っています。

「水のサステナビリティ」の実現に向けた水源涵養活動について

2011年4月11日
サントリーワールドヘッドクォーターズ
(港区台場)

2011年4月、昨年に引きつづき、地球環境・生物多様性の専門家である小田理一郎氏をお招きしました。サントリーグループの水源涵養活動に関する進捗のご報告を兼ねて、意見交換をさせていただきました。



より広い「水のサステナビリティ」の実現をめざして

サントリーグループの水源涵養活動は、日本企業の中でもとても先進的です。「日本の森林が荒れている」といわれるなか、それが今どんな状況かを把握し、森林整備活動というかたちで対策もしています。自社の事業に必要な「水を守るために、水を育む森を育てる」という観点、すなわち活動の根幹がビジネスにつながっている点も、評価できます。

また、社外の有識者や専門家と密接に連携しながら活動している、そして、あくまでも主役は地元でという活動の方向性にも共感します。事業進出や水源涵養活動にあたり、自社の研究部門を活用して科学的に調査や評価をし、地域との合意形成を重視する姿勢からは、地域に配慮して活動していることが伝わります。作業道づくりなどにみられた「地元に正しく整備できる人材を育て、自社以外の森林にも活動を展開する」という方法は、いずれ人材が増えれば、大きく拡大していくことでしょう。

今後は、水源涵養に限定されない「水のサステナビリティ」への取り組みを、御社の事業活動の範囲から、ライフサイクル全体にまで広げることにぜひ取り組んでいただきたい。たとえば、原材料におけるウォーターフットプリントです。

「水と生きる」というフレーズの意味や位置づけ、御社の役割をうまく伝えながら、理念、具体的なコンテンツ、現場で活用するインフラの三本柱構築への取り組みが自然なかたちで実践されることを期待しています。

有限会社チェンジ・エージェンツ 代表取締役社長 小田 理一郎氏

プロフィール

2002年よりジャパン・フォー・サステナビリティのゼネラル・マネジャーとして事務局およびイベント・プロジェクトの企画・運営に従事。2005年(有)チェンジ・エージェンツを設立し、企業の社会的使命追求とNGOマネジメント支援のコンサルティングを行う。



ご意見をいただいて

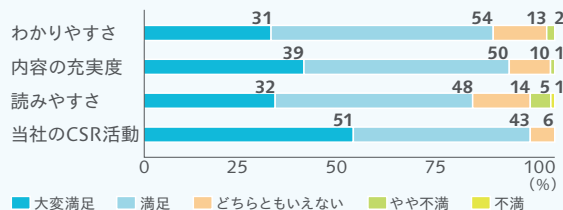


国内の水源涵養活動では一定の成果があがり、目標に近づきつつあります。一方で、森林の水源涵養機能向上の研究でも対外的にも発信できる段階になりました。原料をはじめとするライフサイクルでの取り組み、海外での取り組みは、まさにこれからという段階です。今後グローバルに展開していくに際して、「水のサステナビリティ」を追求していく上で何が必要かをしっかり見極め、「水と生きる」企業として活動を一層推進してまいります。

サントリーホールディングス(株) エコ戦略部長 内貴 研二

CSRレポート2010 アンケート結果

「サントリーグループ CSRレポート 2010」について、合計245名の方からご回答をいただきました(2010年5月末現在)。高い評価と数多くの貴重なご意見をいただき、大変うれしく思います。今後のレポート作成および当社の活動に反映させていただくため、同封のアンケート用紙またはWebサイトからご意見・ご感想をお待ちしています。



サントリーグループの文化・社会貢献への取り組み

2011年4月12日
サントリー美術館

2011年、サントリー美術館は開館50周年、サントリーホールは開館25周年の節目を迎えます。サントリーグループが創業以来受け継いできた「利益三分主義」の精神に支えられた「文化・社会貢献活動」について、鷲田清一氏、白石美雪氏と意見交換をさせていただきました。



サントリーらしさを発揮し、時代に先駆けた活動に期待

企業の行う経済活動が多様であるように、社会貢献活動にも企業文化が反映され、その企業らしい活動を行っていくことが大事です。サントリーは創業時から「利益三分主義」の精神のもと、先見的でユニークな活動を展開しており、時代を超えてその精神を引き継いできたことを評価しています。今年には美術館50周年、ホール25周年ということですが、芸術文化をより広く多くの方に楽しんでもらうためにも、時代に先駆けた活動に挑戦し、「ふかいことをおもしろく」伝えることに取り組んでいただくことを期待しています。

国立大学法人大阪大学 総長 鷲田 清一氏

●プロフィール

哲学者。専攻は臨床哲学・倫理学。現在は、哲学の発想を社会が抱え込んだ諸問題へとつないでいく臨床哲学のプロジェクトに取り組んでいる。



音楽と美術の融合など、新しい芸術文化の創造に期待

サントリーは創業時から文化・社会貢献活動に一貫して取り組んできて、現在では音楽、美術、学術、スポーツから社会福祉に至るまで幅広い領域に及んでいます。時代のニーズを常に把握しながら、お客様視点に立って幅広い方々に豊かな生活文化をお届けしたいという思いに共感しています。今後とも、経済状況に影響されることなく、こどもたちなど次世代に対しての教育・啓蒙活動により力を入れていただきたいし、音楽と美術の融合など新たな芸術文化の可能性にもぜひチャレンジしていただきたいと思います。

武蔵野美術大学 教授 白石 美雪氏

●プロフィール

音楽学者、音楽評論家。専門は20世紀の音楽。ジョン・ケージを起点に、現代の音楽を幅広く研究している。



ご意見をいただいて



美術館は開館50周年を迎え、ミュージアムメッセージ「美を結ぶ。美をひらく。」のもと、文化の境界にとらわれずに美と美を自由に大胆に結ぶことで、新しい美の世界をひらいていきたいと考えています。今後は、古いものと新しいものと融合、美術と音楽の融合など、新しい美の表現にも挑戦していく所存です。ご提案いただいた「ふかいことをおもしろく」伝えていくことを肝に銘じて、芸術文化の発展に貢献してまいります。

サントリー芸術財団専務理事/サントリー美術館支配人 勝田 哲司



次の25年に向けて、敷居の高いクラシック音楽をもっと身近なものと感じてもらえるよう、「心かよう心うごく」のメッセージを掲げ、新たな取り組みを始めています。室内楽の楽しさを伝える企画、秋の華やかなフェスティバル、音楽の可能性を探る先進的な企画、次世代教育などさまざまなプログラムを用意しています。今後も、良質の音楽を多くの方々に楽しんでいただけるよう、努力してまいります。

サントリーホール 支配人 福本 ともみ

安全・安心への取り組み

お客様に安全で安心な商品・サービスをお届けするため、商品企画・開発、原材料調達、製造、流通、販売・サービスに至るすべてのプロセスで、品質保証を徹底しています。

グループ品質保証の推進

安全・安心な商品をお届けするため、海外を含めたサントリーグループ全体で、徹底した品質保証に取り組んでいます。

●お客様第一が品質保証の基本

サントリーグループは創業以来「お客様第一」の姿勢で、商品・サービスの品質を追求しつづけてきました。

2004年、品質に対する姿勢を明文化したサントリーグループ品質方針を制定。全社員が常に品質の確保・向上に取り組んでいます。

サントリーグループ品質方針

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。

○グループ品質マネジメントシステム(QMS)体系

2009年、サントリーグループはグループガバナンスの一環として、「サントリーグループ品質マネジメント規定」を制定するとともに、グループ各社が遵守すべき考え方・行動・判断基準を示した「品質に関するポリシーガイドライン」を制定しました。国内外のグループ各社への周知を順次進めています。

●グループ全体の品質保証を推進

グループ全体の品質保証を推進するために、「品質保証委員会」を設置。品質に関する重大リスクの抽出とその低減を図るとともに、品質に関する重要戦略課題の推進に取り組んでいます。委員会での討議内容

は「グループ経営戦略会議」に適宜報告し、グループの経営課題として共有・解決しています。

○グループ会社の品質マネジメントシステムの監査

2009年に引き続き、サントリーホールディングス(株)品質戦略部長による各事業会社の品質マネジメントシステムの監査を実施しました。この監査は、各社の経営層および品質担当者に品質マネジメントの状況について確認するものです。監査を通じて各社の品質管理状況と改善への取り組みを把握するとともに、2009年に制定した「サントリーグループ品質マネジメント規定」の周知徹底を図りました。今年度以降も、国内、海外の主要なグループ会社を中心に精力的に実施していく予定です。



ティプロF&Bとの会議

○海外における品質保証の強化

サントリーグループのビジネス領域がさらにグローバルに拡大していくなか、品質保証強化に重点的に取り組んでいます。2010年は、中国(上海)品質保証センターの機能拡充、欧州のグループ会社やサプライヤーの品質レベルの向上を目的とした欧州「ものづくりセンター」の設置、海外へのサントリーブランド展開に向けた専門組織の設置準備などを行いました。



中国(上海)品質保証センター

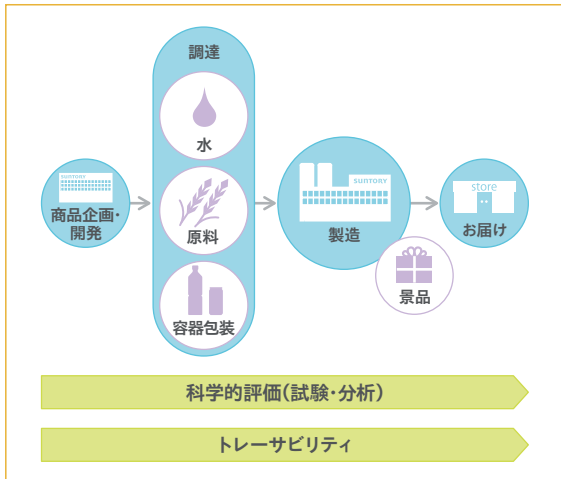


欧州現地工場での技術指導

すべてのプロセスでの品質保証

サントリーグループ品質方針のもと、商品企画・開発、原材料調達、製造、流通、販売・サービスに至るすべてのプロセスで、全社員が常に品質の確保・向上に取り組んでいます。

● プロセスの全体像



● 商品企画・開発 — 設計段階で徹底的に確認

商品の企画・開発にあたっては、安心して召し上がっていただくために、科学的な研究や調査、分析や試験を実施し、「安全性」「法規適合性」を徹底して確認しています。

● 調達 — 原材料のあらゆるリスクを評価

○ 水 — すべての水を分析・検査して安全性を確認

サントリーグループの科学的品質保証を担う「安全性科学センター」は、国内外の工場からすべての水(商品の中味に用いる水、洗浄など工程に用いる水)を定期的に取り寄せて分析・検査し、その安全性を確認しています。



安全性科学センターでの定期検査

○ 原料 — 想定される全リスクを解析

原料別に「安全性リスク管理者グループ」を組織し、原料の生産から最終使用する時点までのあらゆる段階で想定されるリスクを解析。法規制への適合と安全性の確保を実現しています。特に残留農薬の保証では、農薬の使用実態を把握するとともに、事



生産地の訪問

前にサンプルを取り寄せて分析し、法定の残留農薬基準をクリアしていることを確認しています。

2010年は、「BOSS」の原料であるコーヒー豆について、残留農薬の保証体制の見直しを実施しました。

○ 容器包装 — 独自の基準で成分を厳しく評価

容器包装の安全性確保のために、独自の厳格な規格を設けています。資材の調達では、公的機関による「分析試験成績書」を包材メーカーから入手するとともに、安全性科学センターでも検査して、構成材料が関連法規に適合していることを確認します。この検査では最先端の試験・分析技術を用いて、性能や安全性を多面的に評価しています。

さらに、容器が商品の中味に影響を与える可能性や、容器への中味成分の吸着の有無、酸素や外光が中味品質へ影響を及ぼす可能性の有無なども詳しく分析・評価し、安全な容器包装の選定や開発につなげています。

● 製造 — 国際標準に則った管理

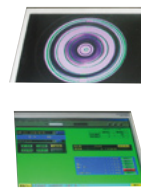
仕込・調合・充填・包装などすべての製造工程で、検査機器を用いて、容器や中味への異物混入や、容器の傷・中味漏れなどがなく、品質を何重にもチェックしています。また、正しいプロセスで商品をつくることを品質確保の基本として徹底し、あらゆる工程での作業内容を記録・管理しています。

また、製造現場におけるフードディフェンスの強化のため、2009年に策定した「フードディフェンスガイドライン」の運用を食品製造工場および酒類製造工場順次開始しています。さらに2010年は、商品保管倉庫などの物流現場への展開を開始しました。

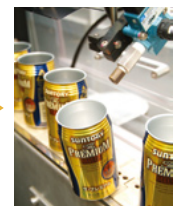
グローバルに展開する企業として、現在、品質マネジメントシステムの国際標準である「ISO9001」などの認証取得をグループ全体で進めています。



缶上部よりフラッシュを照射し缶内面を撮影



コンピューターの画像解析により異常がないかを確認



異常を発見した場合、右上のノズルからエアが出て缶を取り除く

●景品—景品の安全性も確保

商品の販売促進に用いる景品についても、商品に対するのと同じ姿勢で安全性を確認しています。景品を審査するため、4部門の専門メンバーで構成されたチームを組織し、それぞれの専門性を活かして、社内の商品企画・開発部門や景品制作会社に対しアドバイスをを行うほか、景品制作会社と連携して景品製造工場の視察などを行い、原材料や製造工程、検品方法を確認しています。

2010年はすべてのキャンペーンについて、「お客様視点」での事前チェックを行うしくみと体制を確立しました。



商品につけた景品の例

●お届け—お取引先にも品質保証を徹底

徹底的に品質にこだわってつくった商品だからこそ、そのこだわりをそのまま、お客様のお手もとにお届けできるように工夫しています。

○輸送時

物流協力会社に対して、運送や保管についてご理解・ご協力を得るための啓発活動を行っています。また、商品保管倉庫へサントリーの担当者が直接赴き、倉庫内の管理状況を確認しています。

○飲用時

飲食店様などを対象に、樽生ビールをお客様においしく飲んでいただくためのドラフトセミナーを実施しています。また、サントリーの担当者が定期的に飲食店様を訪問して、飲用時まででの品質を保証するための活動を展開しています。

2010年は、樽生ビールお取扱店の相談窓口として設置している「樽生コールセンター」に寄せられ

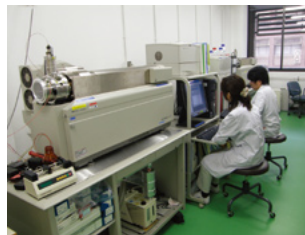


ドラフトセミナー

る情報を一元化し、解析する体制・しくみを整備しました。

●科学的評価(試験・分析)—商品周辺をくまなく分析

「安全性科学センター」は、「分析科学」「微生物保証」「生物安全」という3つの機能分野をもっており、それぞれの専門性を発揮して、サントリーグループが製造および販売する商品の安全性の評価を行っています。原料や商品・中味はもちろん、容器包装、加工助剤、商品の中味に接触する生産設備の材質などに至るまで分析・検査を実施。関連法規より厳格な独自の規格に基づいて、それぞれの安全性を確認しています。



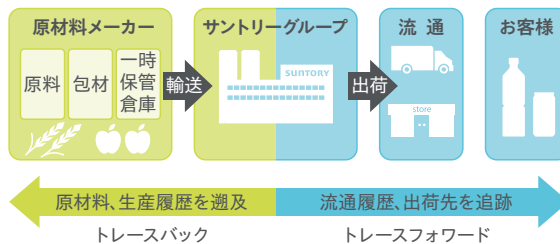
安全性科学センター

●トレーサビリティ—商品に関する履歴を即座に確認

原材料から製造・流通工程に至る履歴を追跡(トレース)できるように、QRコード※(2次元コード)を利用したトレーサビリティシステムの全工場への展開を進めています。これにより、お客様のもとに届いた商品に関する履歴を必要に応じて即座に確認できます。また、万一、商品を出荷した後に原料・容器・表示などに何らかの問題がありうると判明した場合にも、出荷先を速やかに特定して対処できる体制を整えています。

※「QRコード」は(株)デンソーウェーブの登録商標です

●トレーサビリティシステム



適切でわかりやすい情報開示

サントリーグループが提供する商品やサービスについてお客様に安心・信頼していただくためには、品質保証に関する情報や活動を適切にわかりやすくお伝えしていくことが重要であると考えています。

● わかりやすい商品表示

商品の表示や宣伝・広告表現について、「品質保証推進部」が遵法性・妥当性を審査・確認するほか、開発・生産・広報・宣伝などの各部署と連携し、正確な表示とわかりやすい表現を推進しています。

アレルギーについても原料を調査し、食品については「食品衛生法」で表示を義務づけられている7品目だけでなく、表示を推奨されている18品目も商品への表示対象としています。

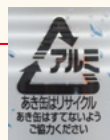
商品への表示例～誤認飲酒防止のための表示例

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

ソフトドリンクと誤飲することがないように、缶ぶたに「おさげです」と表示

目の不自由な方が誤飲されないよう、缶ぶたに点字で「おさげ」と表示

ソフトドリンクと誤飲することがないように、「酒マーク」を表示



リサイクル推進のための「リサイクルマーク」を表示



○ 正確でわかりやすい情報開示

お客様に正確でわかりやすい情報をお届けするために、商品や広告での表現に配慮し、常に適切な情報開示に努めています。2009年に策定した「品質に関するポリシーガイドライン」には、「品質情報の開示」に関する方針・姿勢も定めています。

また、より一層親しみやすく、信頼できる情報発信を図るべく「サントリーの安全・安心への取り組み」ホームページを、2010年12月にリニューアルしました。



サントリーの安全・安心への取り組み

● 自主回収について

品質保証の徹底に努めながらも発生してしまった問題については、適切に情報開示を行っています。

2010年1月から2011年5月にかけては、新聞への社告掲載を実施した自主回収はありませんでした。

高品質な原料へのこだわり

ーハーゲンダッツ ジャパン(株)

ハーゲンダッツ ジャパン(株)では、アイスクリームの原材料である牛乳はもちろん、その牛乳の成分を左右する牧草や土壌の成分まで確認・分析しています。また、味を決めるフルーツやナッツ、チョコレートなどの副原料も世界各地の厳選されたものを探し求めて使用しています。



牛の育成環境にも配慮

2010年

- グループ全体の品質マネジメントシステムの発展
- 海外における品質保証の強化
- お客様が飲用される時点での品質(飲用時品質)の一層の向上
- 重要原料の一層の安全・安心な調達
- フードディフェンスの一層の強化

2011年

- 品質ガバナンスの強化
- 海外における品質保証の強化
- お客様が飲用される時点での品質(飲用時品質)の一層の向上
- 重要原料の一層の安全・安心な調達

お客様コミュニケーション

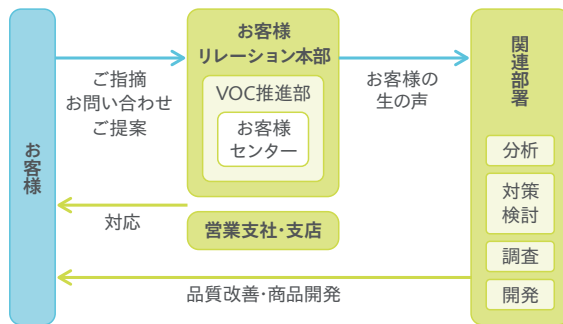
創業以来、お客様満足を第一に対話を重ね、ご意見やご要望を事業活動に反映しています。

お客様の声を企業活動に反映

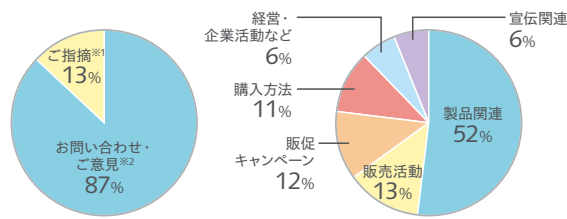
サントリーグループは、創業以来「お客様満足を第一」に考え、お客様との双方向コミュニケーションを大切にしています。1976年には、お客様からのご相談窓口「消費者室」を設置。現在は、お客様リレーション本部VOC※推進部として活動しています。お客様の声一つひとつに真摯にお応えし、それらを広く企業活動に反映させるよう、活動をさらに強化しています。

※VOC: Voice of Customer(お客様の声)

● お客様情報の流れ



● お客様からのお問い合わせやご意見・ご指摘の内容 (2010年実績: 109,612件)



〈情報の内訳〉

〈お問い合わせ・ご意見内容〉

※1 ご指摘: お客様から商品や企業活動に対して寄せられたご不満・ご不快の声

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

● お客様満足を追求する「お客様視点プロジェクト」 すべての社員がお客様の視点から行動する企業風土

2010年

- 正確な情報提供によるお客様満足の向上
- 新容器導入時においてお客様視点での事前チェックの強化
- グループ全体でお客様対応体制を強化、お客様対応マネジメントシステム(JISQ 10002)の導入

2011年

- グループ全体でのお客様対応品質・サービスのさらなる向上
- お客様視点に立脚した企業活動のさらなる推進
- VOCの社内共有・活用の強化

を醸成していこうという試みが「お客様視点プロジェクト」です。お客様から直接ご意見をうかがう機会の少ない部門も含め、全社員を対象に研修プログラムを実施しています。「お客様視点気づき講座」と「お客様視点体感プログラム」の2つのプログラムを軸に展開しており、2010年は講座開催数や対象プログラム等を拡大し、約2,230名が参加しました。



お客様視点気づき講座



お客様視点体感プログラム

お客様のご意見を商品づくりに活用

お客様から寄せられたご意見やご要望を取り入れ、品質改善、商品開発、情報提供の充実などを図っています。また、すべてのお客様にやさしく親かな商品・サービスの提供をめざし、ユニバーサルデザインに配慮した容器包装の設計や保有施設の設備・サービスなど幅広い分野で積極的に進めています。

清涼飲料の賞味期限の表示をわかりやすく変更

お客様からの「賞味期限の読み方がわからない」という声にお応えし、清涼飲料のペットボトル・缶の賞味期限表示をわかりやすく変更しました。

● ペットボトルの表示



改善前



改善後

健康で豊かな生活への取り組み

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

商品・サービスを通じた健康への貢献

健康に留意されるお客様のニーズ・嗜好に合った商品・サービスの提供を通じて、お客様の健康で豊かな生活に幅広く貢献する活動を展開しています。

特定保健用食品や健康食品の開発にあたっては、「安全性と有用性の科学的裏付けを持った、人々の健康に役立つ商品・サービス」という考えのもと、古くからの食経験に基づいた自然の力の有用性を最新の科学で検証し、確かな技術で明らかにしてきました。

自然と共生し、自然の力を活かしながら、人間が本来持っている「健康を保つ力」を引き出すことで、「健やかで、美しく、心豊かな毎日(ウェルネスライフ)」を応援するという考え方は、まさしくサントリーグループの企業理念「人と自然と響きあう」に基づいたものです。

● 研究に基づく特定保健用食品を発売

ウーロン茶特有の重合ポリフェノールに脂肪の吸収を抑える強い作用があることを発見し、この研究をもとに「黒烏龍茶 OTPP」を2006年に発売。また2007年には、ゴマから生まれた「ゴマペプチド」を含む、血圧が高めの方に適した「胡麻麦茶」も発売しています。



「黒烏龍茶 OTPP」と「胡麻麦茶」

● セサミンの機能解明から健康食品発売へ

健康に良いとされてきたゴマの機能を科学的に説明することに挑戦し、ゴマに含まれる微量成分のひとつ「セサミン」の機能解明に成功、1993年に健康食品の第1号として商品化しました。2003年にはビタミンEやトコトリエノールとの組み合わせによりパワーアップした「セサミンEプラス」を発売しています。



「セサミンEプラス」

新しい価値を創造する研究開発体制

特定保健用食品や健康食品における研究開発の核となるサントリー健康科学研究所は、健康に役立つ素材を探索し、その素材の魅力を科学的に解明しつつ、一人でも多くのお客様が明るく健康で心豊かな生活を送ることができるための安全・安心で優れた品質の商品をお届けするという役割を担っています。また、安全性科学センター、価値フロンティアセンター(微生物科学研究所、植物科学研究所、水科学研究所)など、それぞれの専門領域を持つ研究部門が、その特性や独自の技術を活かし、各事業会社の研究開発部門とともに、グループ横断で協働・連携しています。

● 研究の成果を発表

サントリーグループの研究開発部門では、国内外の大学や、外部研究機関との共同研究を行い、学会発表や学術論文などで、その成果を世の中に発信しています。

健康で快適な生活文化を提供—(株)ティップネス

(株)ティップネスでは、最新のトレーニングジムに加え、脂肪燃焼からコンディショニング、ダンスプログラムなどのスタジオコンテンツも充実させ、幅広い世代で高まる健康ニーズに応えています。また、こども向けスクールブランド「TIPNESS KIDS」や企業向け健康・運動支援サービス「ティップネス eメソッド」なども展開中です。



健康に貢献するプログラムを展開

安全・安心へのこだわり—サントリーウエルネス(株)

サントリーウエルネス(株)では、商品の原材料を世界中から集めています。そこで、どの原産地の材料を使い、どこの工場で、いつつくられたかがきちんと把握できる「トレーサビリティシステム」を整備。原料の調達、工場での生産、出荷、配送のすべてのプロセスで厳しく品質をチェック・管理しています。

アルコール関連問題への取り組み

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

専門組織が責任を持って対応

サントリーグループは、1976年に「サントリー宣伝コード」を制定し、飲酒に関する宣伝・広告表現の自主規制を業界に先駆けて開始しました。その後、アルコール関連の専門組織「ARP※委員会」と、その事務局「ARP事務局(現ARP室)」を設置。社内外への適正飲酒の啓発や、販売・宣伝活動の社内チェック、研究機関への参加・協力・支援などを行っています。

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

お客様に適正な飲酒を啓発

1986年に開始して以来、20年以上にわたって、「酒は、なによりも、適量です。」というメッセージを伝える「モデレーション広告」を主要全国紙で展開。2010年末で110回以上掲載しています。

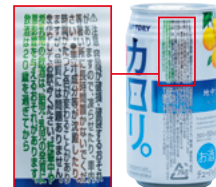


業界と連携した啓発活動

ビール酒造組合、日本洋酒酒造組合など業界団体の一員として、中高生を対象とした未成年者飲酒防止のためのポスター、スローガン募集キャンペーンや、新聞・雑誌での啓発広告展開、妊産婦飲酒防止に向けた商品パッケージへの注意表示などを実施しています。



「STOP! 未成年者飲酒キャンペーン」ロゴ



商品パッケージへの注意表示

アルコール問題削減に向け世界的に活動

WHO(世界保健機関)は、アルコール関連問題の削減に向けて、各国政府、公衆衛生機関の専門家などと協議を続けています。2010年、アルコールの有害な使用を低減するために酒類業界も重要なステークホルダーと位置づけた世界戦略を採択しました。当社はGAP※の構成員として、世界の大手酒類メーカーと連携。WHOによる2013年の戦略実行状況レビューに向け、発展途上国、新興国で飲酒運転防止、自主基準の設定、違法酒への対応に取り組むなど、CSR活動の展開を支援しています。

※GAP: Global Alcohol Producers Group。アルコール問題解決に向け、世界の主要酒類メーカーが加盟している団体

飲酒運転撲滅に向けた予防・啓発活動

サントリーグループでは、広告による飲酒運転警告表示や、Webサイト、飲食店へのポスター配布などを通して、飲酒運転防止の啓発活動を行っています。

また、欧米などで先行している「指定ドライバー制度」を工場見学の受け入れの際に導入しています。受付時と試飲会場で、2回にわたりドライバーの方を確認、ドライバーの方にはノンアルコール飲料を提供しています。

さらに、アルコール飲料の責任ある広告と販売を実施していくため、業界基準に合わせて酒類製品の店頭試飲会などを中止しました。

飲食店での適正飲酒啓発(株)ダイナック

(株)ダイナックでは、未成年者飲酒と飲酒運転禁止のステッカーを飲食店全店に貼付しています。



2010年

- アルコール関連商品のTVCMの自粛時間帯の変更
- 妊産婦飲酒注意表示の実施
- アルコールの有害な使用による被害削減のために、発展途上国・新興国18カ国でのアルコール問題に関する活動への参加

2011年

- アルコール関連問題への適切な対応をグループ全体で推進
- 適正飲酒に関する情報発信の強化
- 発展途上国・新興国でのアルコール問題に関する活動への参加を継続

海外事業会社の活動



イギリス

Morrison Bowmore Distillers Ltd.
モリソンボウモア ディスティラーズ

ISO9001(2008年版)認証を取得

モリソンボウモアは品質管理システム「ISO9001(2008年版)」認証を取得しています。この品質管理システムは継続的な改善活動と、お客様が期待する以上の製品・製造工程・サービスを確保することによる顧客満足に重点を置いており、品質管理を徹底しています。



製品梱包時の品質確認



フランス

Orangina Schweppes Group
オランジーナ・シュウェッps・グループ

情報提供を通じてお客様の食生活を支援

お客様が食生活をコントロールするうえで、適切な栄養学的情報を得ることは重要です。そのため、全商品に栄養価や「1日の摂取カロリー量ガイドライン」を表示しています。商品を適切に消費し、健康なライフスタイルに取り入れることで、お客様のバランスのとれた食生活の実現に貢献しています。



栄養価と「1日の摂取カロリー量ガイドライン」表示



メキシコ

Suntory Mexicana, S.A.DE.C.V.
サントリー メヒカーナ

ISO9001(2008年版)認証を取得

サントリーグループ品質方針を核とし、従業員への品質研修をはじめ、常に品質の確保・向上に取り組んでいます。品質保証体制を高いレベルで維持・管理していくため、2011年2月には品質マネジメントシステムの国際規格である「ISO9001(2008年版)」の認証を取得しました。



ISO9001認証



シンガポール

Cerebos Pacific Ltd.
セレボス・パシフィック

商品を通じてお客様のライフスタイルに貢献

2010年、健康食品「BRAND'S」は175周年を迎え、お客様とともに175周年を祝うイベントを多数開催しました。お客様のライフスタイルをサポートする商品を提供しつづけ、その効果は科学的に証明されています。今後も、お客様のニーズを予測する顧客管理関係(CRM)イニシアティブを通じて、すべての地域でお客様満足を追求していきます。



175周年を祝い「BRAND'Sヘルス・ミュージアム」を約13万人が訪問



ドイツ

Weingut Robert Weil
ロバート ヴァイル醸造所

作り手としての最高品質にこだわる

1868年の創業以来、高品質を追求することで、高い評価をいただけてきました。最高級畑グレーフェンベルグで収穫されるぶどうは、高い品質を確保するために、ドイツにおける平均的な収穫量の半分以下である40hr/ha※まで減らしています。また、発酵段階でも畑に合わせた大きさのタンクで手間をかけ、丁寧に発酵させることで、ワインの品質を維持しています。



手摘みによるぶどうの収穫

※労働効率を表す単位



ニュージーランド

Frucor Group
フルコアグループ

顧客満足度調査を毎年実施

営業部門担当者のために「コールフェイス(現場調査)」と称する顧客満足度調査を毎年実施しています。これは、お客様である卸店・小売店や飲食店が、何を感じているかを知るための重要なフィードバックです。この調査の結果は、フルコアグループのサービスを改善するための情報収集手段のひとつとして活用されています。

公正な取引／お取引先との連携

事業活動を支えてくださるお取引先とは、公平な競争機会や公正な評価・選定を基盤に、相互の品質向上・安全性確保に努めています。

サプライヤーとの公正な取引を徹底

サントリーグループは、「企業行動規範」にお取引先との関係について明記し、社員に社会的な常識を逸脱した贈答品の授受や接待などを固く禁止しています。取引にあたっては「購買管理規定」や「取引先選定基準」に則り、各社に公平な競争機会を提供しています。同時に、各社の商品・サービスの品質や供給力、財務状況、安全確保、環境への取り組みなどを公正に評価し、取引先を選定あるいは取引継続の可否を判断しています。

安全確保や環境保全活動についても、お取引先の方々と連携し、積極的に取り組んでいます。

● 下請法に対応した経理システムを運用

「下請代金支払遅延等防止法(以下、下請法)」に対応した経理システムを構築・運用しています。原料・資材の発注段階で登録した支払条件などの情報をもとに、予定どおり支払手続がされていない場合に、管理者画面に警告が表示され、支払遅延などのトラブルを未然防止するものです。なお、2010年は「下請法」に抵触する法令違反はありませんでした。*

※2010年12月現在のサントリーの「下請法」適用取引先(仕入先)数は、原料部で47社(取引金額比率で約19%)、包材開発部で24社(取引金額比率で約2%)

● 取引先に電子手形を導入

2010年、ほとんどのお取引先に電子手形取引を導入しました。このしくみを導入することで、取引先での資金調達の多様化(早期資金化)に寄与します。また、下請法対象会社での支払条件対応も統一して行うことで、対応漏れリスクの低減を図っています。

CSRを考慮した取引のしくみづくりを推進

サントリーグループの「取引先選定基準」では、環境への配慮やコンプライアンスなどCSRに関わる事項にも言及しています。しかし、今後、調達における社会的責任をさらに明確にしていくためには、その具体的な内容を規定・基準として明文化していくことが必要です。

2010年はCSR調達推進のため、お取引先の活動を

CSRの観点から評価・選定する項目を整理するとともに、新たな規定の策定も検討するなど、しくみを整備しました。そのほか、2009年よりビールの主要原料であるホップの生産農家を経営支援し、原料の安定調達に取り組んでいます。



ビールの主原料であるホップの生産農家を支援

品質向上に向けた連携を強化

お取引先とサントリーグループ双方の品質向上・業務改善に向け、個々のお取引先との対話の機会を大切にしています。毎年1回の取引先評価と結果報告を行うほか、情報・意見交換は随時実施しています。また、個別の「品質会議」で品質向上などを協議することに加え、環境負荷低減やユニバーサルデザイン推進に向けた資材採用や共同開発も推進しています。



ウーロン茶畑の現地視察

● 事業活動に取引先の意見を反映

日常の取引でのやり取りに加えて、定期的な対話の機会を設けています。方針説明会、品質勉強会では、サントリーグループの考え方を説明し、お取引先にはその内容について、アンケートを通じて、理解の度合いや感想などを記入していただいています。アンケートの結果は十分に分析し、事業活動に反映しています。

安全で環境に配慮した物流の推進

輸配送業務を委託している物流協力会社と連携して発足した「安全推進委員会」には、2010年末で60社250名が参加。安全確保・環境配慮・リスクマネジメントなどの取り組みを推進しています。

● 協力会社各社の安全推進を強化

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

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

● 安全推進大会で活動を共有

全国120拠点の責任者が一堂に会する「安全推進大会」を毎年開催しています。この大会では、アルコール検知器の全拠点配備はもとより、勉強会やコンテスト実施などによる安全教育の徹底や優れた事例の紹介を通じて情報を共有し、各社の取り組み強化につなげています。



第10回安全推進大会(2010年)



アルコール検知器の設置

● 協力会社の安全管理を推進

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

サントリーグループの物流協力会社は、輸配送事業所全83拠点中78拠点(2010年末)が認定を取得、認定取得率は94%に達しています。これはトラック運送

業界全体の取得率18%(2010年12月トラック協会調査)を大きく上回っています。

2008年からは対象範囲を直接業務委託会社から2次協力会社まで拡大し、輸配送の安全管理体制の強化を図っています。

● 協力会社の環境認証取得を推進

物流にともなう環境負荷の低減をめざし、「グリーン経営※」「ISO14001」や「エコステージ」などの認証取得を協力会社と推進しています。サントリーグループの物流協力会社では、2010年末までに全87拠点中89%にあたる77拠点がこれらの認証を取得。今後もさらに認証取得を支援していきます。また、「改正省エネ法」への対応として、物流協力会社の月別・車両別走行距離、燃料使用量、積載量などからCO₂排出量を算出、削減目標を策定して取り組んでいます。

※グリーン経営:国土交通省環境行動計画に基づいて設立された「交通エコロジー・モビリティ財団」が推進しているもの

● 災害時に備えて体制を整備

災害有事に備えて、災害伝言ダイヤル「171」の運用レベルを全拠点に定着させていくプロジェクトを、物流協力会社とともに展開しています。また、首都圏および近畿圏直下型地震発生時のアクションプランとして、「171」回線や衛星電話などを活用し、被災地に平時の拠点以外から「サントリー天然水」を緊急出荷する体制や、被災地以外にも輸送する体制を構築しています。

2010年

- CSR活動方針策定のためのしくみ整備
- 「安全性優良事業所」の認証、「グリーン経営」「ISO14001」「エコステージ」などの認証取得促進

2011年

- CSR調達推進プロジェクトの発足
- 物流における安全推進の継続・強化

海外事業会社の活動



ニュージーランド

Frucor Group
フルコアグループ

■ 調達先と協力して原材料品質を確保

すべての調達先に対し、従業員対応に関する社会的原則の遵守や、地域の環境方針・規格の遵守を要請しています。フルコアグループが調達するすべての原材料は、当社の品質規格への適合を保証するため、厳格な原材料確認検査ならびに調達先での製造工程検査を受けています。

地域に根ざした貢献活動

地域社会と共生する企業でありつづけるために、
地域社会の一員としての取り組みやコミュニケーションを大切にしています。

工場周辺地域との共生

サントリーグループの主要工場地域では、自治会を通じた地域の住民の皆様との対話や、一部の工場内に造成した公園と遊歩道を地域の皆様に開放するなど、地域交流の場の提供に努めています。また、新たに工場を建設する際には、第三者による環境影響評価などを行い、周辺住民の皆様にご理解いただくとともに、生物多様性の保全や工場内の緑化など自然との共生に努めています。また、全国の工場や事業所では、周辺の清掃をはじめ、自治体が開催するごみ拾いへの参加など、環境美化にも取り組んでいます。そのほか、工場では、親子見学会などを行い、楽しみながら学ぶコミュニケーション活動を継続しています。

●工場見学を通じてお客様と対話

おいしさや安全へのこだわり、自然環境への配慮など、商品を通じた取り組みをより多くの方に知っていただくため、ビール工場、ウイスキー蒸溜所、ワイナリー、天然水工場で、工場見学を実施しています。



サントリープロダクツ(株)天然水南アルプス白州工場の工場見学

災害被災地への支援

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

また、サントリーフーズ(株)では、災害などの緊急時に無料で提供する「緊急時飲料提供ベンダー」を行政施設や病院などを中心に約4,200台を設置。今後も、設置台数の増加に努めます。



緊急時飲料提供ベンダー

●主な義捐金の拠出

2011

- 東日本大震災
岩手県・宮城県・福島県に合計3億円寄付
※追加支援策は下に記載
- 2011ニュージーランド南島大地震
ニュージーランド赤十字社に620万円寄付
- 豪州・クイーンズランド州における洪水被害
クイーンズランド州に800万円寄付

2010

- 2010ニュージーランド南島大地震
Cristchurch earthquake appeal fundに325万円寄付
- 宮崎県における口蹄疫被害
社会福祉法人宮崎県共同募金会に1,000万円寄付
- チリ大地震
チリ大使館に500万円寄付
- ハイチ大地震
日本赤十字社に1,000万円寄付

東日本大震災への対応

2011年3月に発生した東日本大震災においては、サントリーホールディングス(株)は、被災地における救出活動および復興活動等に役立てていただくため、義捐金3億円を岩手県、宮城県、福島県に寄付するとともに、救援物資としてミネラルウォーター「サントリー天然水(南アルプス)」550ml ペットボトル合計100万本を提供しました。

また、力強い再生を実現していくためには、被災地の復興に加え、産業の再生支援や新たな起業、さらにはこどもたちへの教育支援など、未来の希望に貢献できる分野での支援も重要と考え、追加の支援策として清涼飲料・ビール類(ビール・発泡酒・新ジャンル)の缶製品の売上本数1本につき1円を義捐金として積み立て、合計約40億円※を拠出することを決定しました。今後も被災地の皆様の支援に全力で取り組んでまいります。

※2010年販売実績に基づく当社試算

文化・社会貢献活動

創業から現在まで変わることなく、「利益三分主義」の精神に基づき、豊かな生活文化の実現に寄与する文化・社会貢献活動に取り組んでいます。

継続的な社会貢献

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

● 社会福祉法人「邦寿会」を通じた支援

1921年に設立した無料診療院に端を発する「邦寿会」は、2011年に創設90周年を迎えました。現在は社会福祉法人として、「つばみ保育園」(1975年開設)や、特別養護老人ホーム「高殿苑」(1974年開設)、軽費老人ホーム「天野苑」(1976年開設)、総合福祉施設「どうみょうじ高殿苑」(2008年開設)を運営しています。

近年では、時代のニーズに応えた「訪問介護(ヘルパー)」「通所介護(デイサービス)」「居宅介護支援(ケアプラン)」などの在宅介護サービスも提供しています。



邦寿会が運営する「どうみょうじ高殿苑」



「高殿苑」と「つばみ保育園」での交流

豊かな生活文化に貢献

サントリーグループは、人々のより豊かな生活文化への貢献をめざしてきました。その第一歩として1961年に開館した「サントリー美術館」は、2011年に50周年を迎え、また、1986年に開館した「サントリーホール」は25周年を迎えます。これら2つの施設の運営をはじめ、さまざまな文化支援に力を注いできたサントリーグループ。現在は、文化施設運営のほかにも、芸術文化・学術支援、スポーツ支援など、多彩な活動を展開しています。

● サントリーホール

1986年に、東京初のコンサート専用ホールとして開館。25周年を機に、「心かよう 心うごく」のメッセージのもと、世界の一流演奏家による公演や多彩な自主企画をさらに充実させていきます。



● 公益財団法人 サントリー芸術財団

サントリー美術館やサントリー音楽財団で展開してきた美術・音楽各分野の活動の相乗効果を図り、新たな社会貢献をめざし、2009年に設立しました。

○ サントリー美術館

「生活の中の美」を基本理念に1961年に開館し、2011年で50周年。「美を結ぶ。美をひらく。」を掲げ、国宝・重要文化財などの収蔵品をはじめとした展覧会を開催しています。



○ 音楽事業

1969年、日本の洋楽発展と音楽文化向上をめざして設立。サントリー音楽賞、佐治敬三賞、芥川作曲賞などを設け、クラシック音楽の振興や新進作家の育成を支援しています。



● 公益財団法人 サントリー文化財団

1979年に設立。サントリー学芸賞、サントリー地域文化賞などを設け、国際的・学際的な研究の助成、優れた人材の育成・援助を行っています。



● 公益財団法人 サントリー生命科学財団

1946年に設立した食品化学研究所を前身に、1979年にサントリー生物有機化学研究所を設立。2011年1月に改称し、公益財団法人に移行。研究活動のほか、奨励事業も行っています。

「夢」と「感動」を伝えるスポーツ活動

企業スポーツへの参加やスポーツ振興のための活動を支援しています。チーム活動では、ラグビーとバレーボールの自社チームを組織し、リーグ戦に参加しています。両チームとも次世代への普及活動を重視し、オフシーズンを中心に、ラグビー教室・バレーボール教

室を計画的に開催するなど、地域に根ざした活動を展開しています。



ラグビーチーム「サンゴリアス」



バレーボールチーム「サンバース」

次世代育成支援を強化

サントリーグループの文化施設やスポーツチームでは、子どもたちがスポーツ・音楽・美術・環境などのさまざまな分野で、本物、一流に触れる機会を提供しています。少子化が進み、次世代育成の重要性が高まるなか、これらの活動を強化し、子どもたちの豊かな個性・人格形成を支援しています。

サントリーホールでは、米国カーネギーホールとの連携プログラム「カーネギーキッズ at サントリーホール」を開催しています。このプログラムでは、3～6歳の子どもたちが、カーペットに自由にすわり、一流演奏家が奏でる音楽を間近で聴くことができます。



カーネギーキッズ2010

また、サントリー美術館では、お客様と美術館をつなぐ交流の場として「エデュケーション・プログラム」を実施、展覧会ごとに講演会やワークショップなどのさまざまなプログラムを行っています。そのほか、ラグビー・バレーボールチームによるスポーツ指導も積極的に行っています。



「日本文化の伝承プログラム」での親子ワークショップ

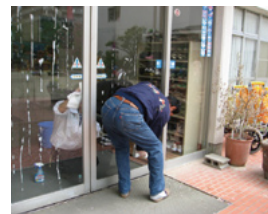


ラグビー教室

社員の社会貢献活動を支援

2010年は11名の社員が「ボランティア休暇制度」を利用し、邦寿会の運営する老人ホームなどでのボランティア活動に参加しました。また、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」も設けています。

このほか、サントリーグループが展開するさまざまな活動への参加を呼びかけ、社会貢献活動に対する社員への啓発を行っています。



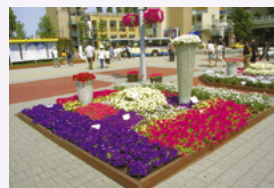
「邦寿会」でのボランティア活動



「天野苑」での園芸ボランティア

公園の緑化を支援—サントリーフラワーズ(株)

サントリーフラワーズ(株)は、地域に「花のある暮らし」を多くの人々に提供するために、各種公共公園に花苗を提供し、植栽による緑化活動に協力しています。



公園の緑化

霧多布湿原トラストを支援—ハーゲンダッツ ジャパン(株)

原料の牛乳の生産地である根釧地区において、2007年より厚岸郡浜中町の霧多布湿原トラストへの支援を行っています。資金面の支援に加え、毎年10月には、当社社員が地元の方々とともに、湿原の景観保全のボランティア活動を行っています。



霧多布湿原トラストの支援

海外事業会社の活動



メキシコ

Suntory Mexicana, S.A.DE.C.V.
サントリーメヒカーナ

工場施設見学の受け入れ

サントリーメヒカーナでは、地元大学生の工場見学の受け入れを行うなど地域社会とのコミュニケーションを積極的に推進し、サントリーグループのメキシコにおける事業に対する理解を深めていただいています。



地元大学生工場訪問



タイ

Tipco F&B Co., Ltd.
ティプロF&B

地域社会にさまざまな形で貢献

2008年から、赤十字社へ献血者用の飲料を提供しています。そのほか、工場周辺地域の学校への奨学金支援や、さまざまなプログラムを通じた障がいのある子どもたちの支援、病院への医療機器提供、地域での宗教的な儀式への参加などの活動も行っています。



献血活動における飲料の提供



フランス

Louis Royer S.A.S
ルイロワイエ

地域の文化活動を支援

ルイロワイエでは、「コニャックマラソン」や「ラ・ルー・デ・トノー」(昔のコニャック樽輸送再現の祭)、「ラ・パール・デ・ザンジュ」(チャリティーオークション)、「コニャック・ブルース・パッション・フェスティバル」(音楽祭)といった多くの地域の文化活動を支援しています。



伝統的な樽づくりのデモンストレーション



フランス

Orangina Schweppes Group
オランジーナ・シュウェップス・グループ

EPODEプログラムの支援

子どもの肥満を防止する「EPODEプログラム」を支援しています。EPODEは、地域レベルで健康的な食習慣を身につけ、活動的なライフスタイルを推進する「肥満防止プログラム」を基盤にした団体です。プログラムでは各家庭における課題の特定や食生活改善のための指導を行っています。



EPODEプログラム



シンガポール

Cerebos Pacific Ltd.
セレボス・パシフィック

ガラスびんリサイクルで貧困家庭を支援

2010年、主力商品「BRAND'S」175周年記念活動のひとつとして、「Hope in A Bottle」プロジェクトを実施しました。これは、タイのパトゥムターニーと中国の広東省の貧困家庭のために、「BRAND'S」のガラス容器を建築材料として再生し、家を建てるものです。各国の従業員がボランティアとして参加し、建設作業を手伝いました。



「Hope in a Bottle」プロジェクト



フランス

Château Lagrange S.A.S.
シャトーラグランジュ

イベントを通じて地域社会と交流

慈善オークションへの参加や、地元のスポーツイベント・団体への賞品の寄付を通じて、地域社会との交流を図っています。また、シャトーラグランジュは、毎年約8,000名のランナーが参加する世界的に有名なメドックマラソンに、給水所を設置するなどの協力をしています。2010年も、9月に第26回となるメドックマラソンに参加しました。



メドックマラソン

人事の基本的な考え方／雇用・就業状況

一人ひとりがプロフェッショナルとして自立し、
新たな価値を生みつづける集団をめざしています。

人事の基本的な考え方

社員一人ひとりがプロフェッショナルとして自立し、「やってみなはれ」精神のもと新たな価値を生みつづける集団をめざしています。ベンチャー精神にあふれ、常に自身の可能性を広げようとする人材を広く募り、個々の能力を最大限に発揮できる場を提供することで、社員と会社双方の成長をめざしています。これらを実現するために、

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

を人事の基本的な考え方としています。

人権尊重を推進する委員会の設置

サントリーグループでは、企業行動規範に、あらゆる差別、嫌がらせを禁止することを定めています。人権の尊重と、国籍・性別・年齢・障がいなどによる差別の排除を目的に「人権教育推進委員会」を設置。すべての社員が人権について正しく認識するために、事業所ごとに継続的な意識啓発に取り組むとともに、階層別にも人権教育・啓発のプログラムを設けています。

サントリーグループの雇用・就業状況

● 従業員数データ(2010年12月31日現在) (人)

	2008年	2009年	2010年
男性	35	39	41
女性	0	0	0
役員	35	39	41
男性	1,339	1,407	1,408
女性	84	96	109
マネージャー相当職	1,423	1,503	1,517
男性	2,605	2,521	2,512
女性	835	859	860
メンバー相当職	3,440	3,380	3,372
社員	4,863	4,883	4,889
男性	281	351	435
女性	168	94	90
契約社員等※	449	445	525
派遣社員	-	719	743

※契約社員等：嘱託社員およびアルバイト

● 平均年齢と平均勤続年数(2010年12月31日現在)

	2008年	2009年	2010年
平均年齢	39.3歳	38.6歳	38.3歳
平均勤続年数	16.7年	16.0年	15.4年

● 採用人数 (人)

		2008年	2009年	2010年
新卒	男性	130	155	161
	女性	50	59	27
経験者	男性	51	44	18
	女性	10	8	5
合計		241	266	211

● 退職者数と事由

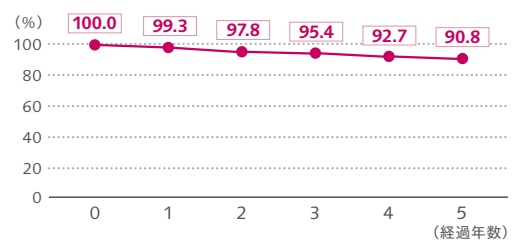
	2008年	2009年	2010年
定年※1	128名	208名	166名
自己都合	44名	38名	25名
会社都合	0名	0名	0名
その他	2名	6名	7名
合計※2	174名	252名	198名
離職率※3	0.90%	0.78%	0.51%

※1 定年には自由選択定年も含む

※2 正社員を対象とする

※3 離職率は、定年退職者を除く退職者をもとに算出

● 新卒採用者の在職率



※2003~2005年新卒者を対象に計算

※この章の記載はサントリーホールディングス(株)、サントリー食品インターナショナル(株)、サントリープロダクツ(株)、サントリーウエルネス(株)、サントリー酒類(株)、サントリーピア&スピリッツ(株)、サントリーワインインターナショナル(株)、サントリービジネスエキスパート(株)などに勤務し、サントリーホールディングス(株)と雇用契約を結ぶ社員4,889名を対象とします。

人材育成

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

人材育成を主眼に評価・処遇制度を構築

サントリーグループの人事制度は、社員一人ひとりの能力開発・能力の発揮に主眼をおき、能力の発展段階と発揮した成果に応じた、公正で納得性のある処遇を理念としています。その基本的な考え方は、以下の3点です。

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

公正で納得性の高い評価を実施

年4回実施する上司と部下の面接を通して、社員が納得できる評価に努めています。年初に設定した「業務計画書」に基づき、業務実績や取り組みのプロセスを振り返って評価します。評価後の「フィードバック面接」では、その結果を伝えるとともに、期待する点や不足している点を話し合い、一人ひとりに評価への理解と能力開発・成長を促しています。

労使で協力して評価制度を運用

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

グローバル人材の育成

サントリーグループが真のグローバル総合酒類食品企業として、より一層飛躍するためには、社員一人ひとりがグローバルに活躍できる人材に成長することが重要です。グローバルビジネスに携わる人材の育成を

強化するため、「グローバルチャレンジ」などの新たな育成プログラムの導入をはじめ、グループ一体となって取り組んでいます。また、海外グループ会社の人事担当者を招いて「グローバル人事会議」を開催し、人材の交流やさらなる活用に向けた取り組みを開始しています。



グローバル人事会議

● 社内公募制度「グローバルチャレンジ」

2010年よりグローバル人材の育成を目的とした社内公募制度「グローバルチャレンジ」を導入。2010年は107名の応募者の中から29名が通過し、現在、それぞれのプログラムを習得しています。2011年からは、日本国内の社員だけではなく、海外グループ会社社員の参加も予定しています。

● グローバルチャレンジ

名称	内容
グローバルリーダーシップ研修	グローバルに活躍するマネジャーに必要なスキルセットの習得
キャリアチャレンジ	グローバル業務遂行に必要なスキルの習得
ビジネススクール留学	国内・海外のビジネススクールで経営管理能力(MBA)を修得
トレーニー	グループ会社や未進出エリア(新興国等)の外部機関プログラム/学校へ派遣し、語学力、コミュニケーション力や異文化理解力を習得

社員のキャリア開発を支援

「人が人を育てるプロセスの中で成長する」という人材育成の連鎖を重視し、現場での育成を大切にしています。また、現場での育成以外にも、入社から退職までの人材マネジメントサイクルの中で、それぞれのステージに合わせた基本研修プログラムを整備し、営業・生産など各部門での実務研修も実施しています。

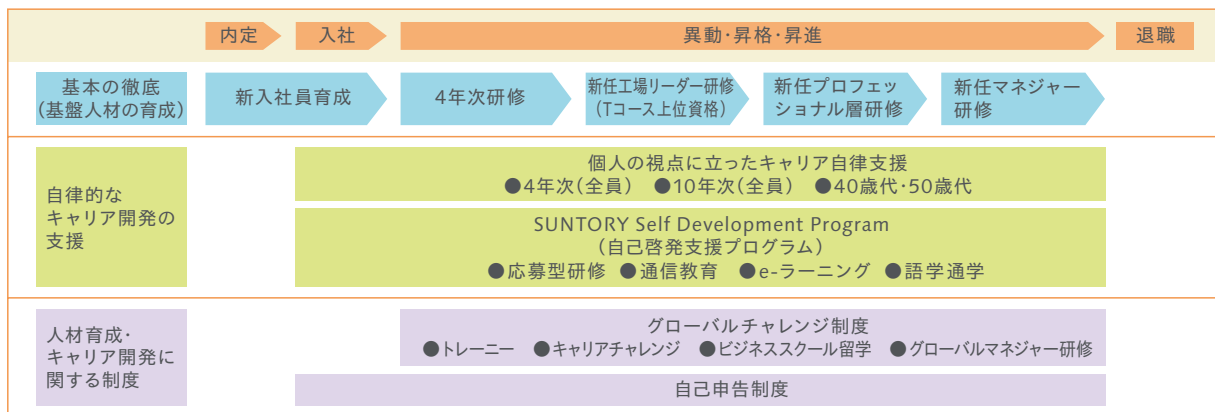
●一人ひとりのキャリア開発をサポート

「キャリアサポート室」を設置し、専門のアドバイザーによる個別相談やワークショップなどを通して、社員一人ひとりの自律的なキャリア開発を、個人の視点に立って支援しています。入社4年次、10年次は全員に、40歳代、50歳代は応募型でキャリアワークショップを実施。会社人生の節目にあたって自らのキャリアを見直し、これからをよりポジティブなものにしていくサポートをしています。

●適材適所実現に向けた取り組み

年1回、異動希望を伝える「自己申告制度」を基本に、特定の要員を公募する「社内公募制度」や、1年間の育成プログラムで実務経験を積む「キャリアチャレンジ制度」(2008年に導入)など、社員のより自律的なキャリア形成を支援、推進しています。また、若手社員の可能性を広げるため、原則として入社後の10年間で3部署を経験するジョブローテーションを行っており、より一層の適材適所実現に向けて、4年目、9年目の社員全員と人事部とで1対1の面談を行っています。

●キャリア開発体系



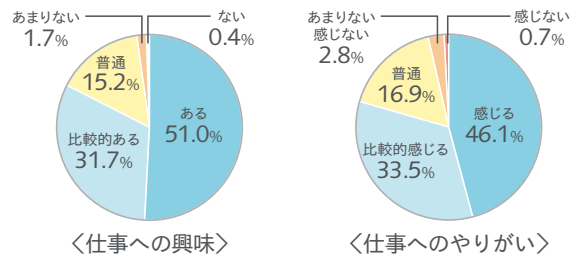
●国内グループ共通プログラムを展開

社員が任意で受講できるプログラム「SUNTORY Self Development Program(自己啓発支援プログラム)」を展開。国内グループ会社社員は全員、約450種類からなる共通プログラムを受講できます。

●社員の意識や会社の風土を調査

社員の現状や仕事に対する意識を確認するため、年初に全社員対象の「自己申告」を実施しています。また「社員意識調査」でも、職場で働くメンバーの意識を継続的にモニタリングし、経営施策に活かしています。

●2010年度の仕事に対する意識(「自己申告」より)



2010年

- グローバル人材育成のためのグローバルチャレンジ制度の導入
- 海外グループ会社の人事担当者との会議による情報共有
- 自ら進んで学習する風土醸成による応募型研修受講者の増加

2011年

- グローバル人材育成プログラムのさらなる充実(海外グループ会社との連携強化による人材交流含む)
- 基盤人材育成の体系化

ダイバーシティの推進

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

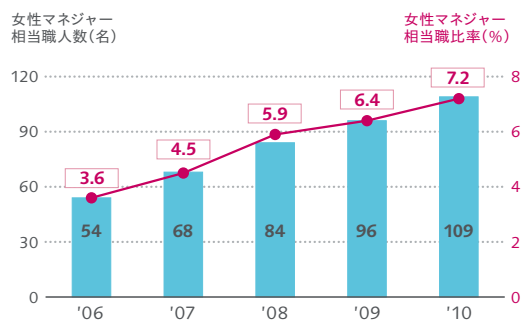
「ダイバーシティ推進室」の設置

新たな価値を絶えず創造していくためには、国籍や年齢にとらわれることなく、多様な人材、多様な価値観を積極的に取り入れ、活かすことが重要です。サントリーグループでは、2010年よりグループ各社、部門別にプロジェクトチームを結成し、トップダウンとボトムアップの双方の視点から課題の抽出、解決策を検討しています。また、講演会や勉強会も開催し、幅広く社内の浸透を図っています。さらに、2011年4月には「ダイバーシティ推進室」を設置し、体制も新たに推進を加速していきます。

女性の活躍を推進

性別による雇用・処遇の区別なく、意欲・能力のある社員を積極的に登用しています。2010年末時点、マネジャー相当職の女性比率は7.2%にまで拡大。また、2010年より結成したダイバーシティプロジェクトチームの中でも、女性活用に関する課題が取り上げられたチームもあり、より高い働きがいの実現に向け、検討を進めています。

● 女性の登用状況

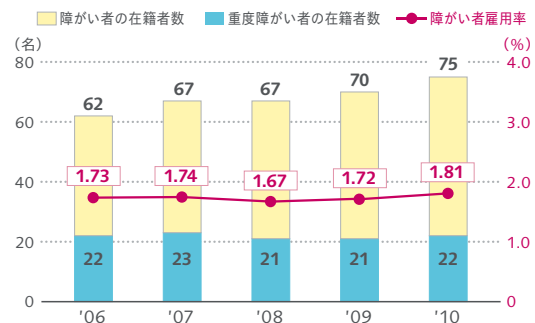


障がい者雇用を促進

障がい者の方の可能性を広げるため、職域を限定せずに採用活動を行っています。2010年6月1日時点

での障がい者雇用者は75名(うち重度障がい者22名)、雇用率は1.81%で法定雇用率は達成していますが、さらなる雇用促進のために、職場環境の整備を一層強化していきます。

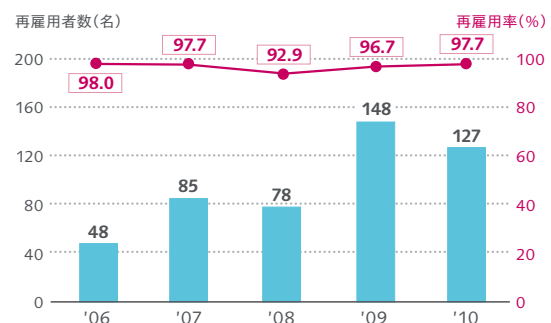
● 障がい者雇用数と雇用率(2010年6月1日時点)



定年退職者再雇用制度を拡充

定年退職者再雇用制度「エルダーパートナー制度」を導入し、健康状態や通勤などに関して一定条件を満たすすべての希望者に業務を紹介しています。2010年は定年退職者の約80%が希望し、希望者の約98%にあたる127名を再雇用しました。2006年からは「高年齢者雇用安定法」の改正施行に合わせ、再雇用期間を段階的に最長5年間まで延長しました。再雇用者の健康にも配慮し、自己負担を抑えての人間ドックの受診や法定基準を上回る日数の年次有給休暇を付与しています。

● 定年退職者再雇用実績



2010年

- ダイバーシティ推進に向けたプロジェクトチーム結成による課題解決の推進
- 属性の多様化推進(女性の活躍推進など)

2011年

- 「ダイバーシティ推進室」設置による活動強化
- 属性の多様化推進(障がい者雇用の推進など)

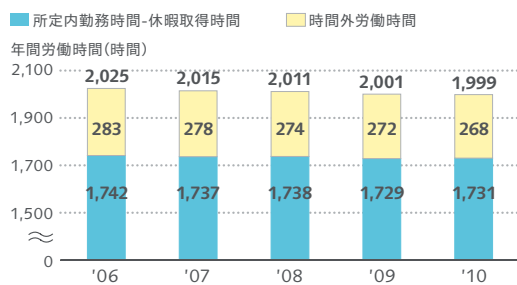
ワークライフバランスの推進

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

労働時間の適正化

社員が健康でいきいきと働ける風土づくりの一環として、労使で協力して長時間労働の削減に取り組んでいます。全社完全消灯ルールの徹底や、サービス残業の禁止、ゆとり拡大や生産性向上のための業務見直しなどを強化。労働時間の適正化に関する施策や情報をまとめた「労働時間ハンドブック」により周知を徹底しています。また、パソコンの使用時刻を確認できるシステムを活用し、必要に応じて改善指導などの対策を講じています。2009年からは年次有給休暇の取得率向上に向けて「計画年休制度」を導入し、労使協力して取り組み始めています。なお、2010年の取得率は56.5%でした。

●年間総実労働時間



ワークスタイルを革新する「S流仕事術」

ITの活用等によりワークスタイルを革新し、社員のワークライフバランス実現と事業活動のさらなる成長をめざす「S(サントリー)流仕事術の創造」に2010年から取り組んでいます。従来の仕事のやり方を見直し、決めた時間で最大の成果を出すことを目的に、フレックス勤務やテレワーク勤務※の利用を推進しています。

※テレワーク勤務：在宅勤務等、事業所外での勤務のこと

ワークライフバランスに配慮して社員を支援

従来から、法定以上の福利厚生制度を多く設ける

2010年

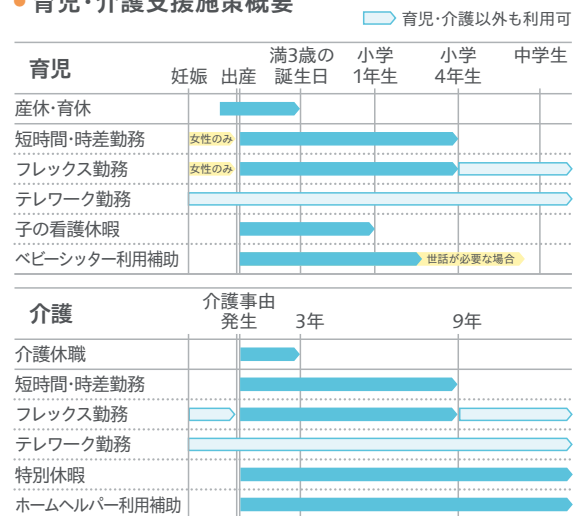
- 労働時間適正化の取り組み強化(テレワーク勤務分を含めてパソコンの使用時刻を確認できる新たなシステムを導入)
- ワークスタイルを革新する「S流仕事術」の展開

など、生活と仕事のバランスを保ちつつ個々の事情に応じて働ける制度を拡充しています。また、少子高齢化に取り組む企業の社会的責任を十分に認識し、現場の実態や社員のニーズに即した支援を行っています。

●仕事と育児・介護の両立を支援

育児休職や短時間・時差勤務制度など法定を上回る諸制度を導入しています。2010年には育児休職を44名(取得率100%、復職率98%)、短時間や時差勤務を77名が新たに利用。男性の育児休職率が依然として低い状況を受け、育児休暇の一部有給化も検討中です。また、294名がテレワーク勤務を利用しました。

●育児・介護支援施策概要



●育児・介護休暇からの復職を支援

休職前や復職前の所属長との面談、休職中の自宅のパソコンからのイントラネット閲覧など、復職への不安を軽減する施策を整備しています。

また、妊娠出産、育児、介護を事由に退職した社員が、再度職場に復帰したいと希望したときに再雇用する「ジョブリターン」制度を導入しています。導入時の2007年から2010年までの間に、14名が登録し、2011年4月に1名が復職しました。

2011年

- 「S流仕事術」のさらなる進化(タイムマネジメント研修など)
- 介護支援制度の拡充(介護休職、短時間・時差勤務、フレックス勤務の取得可能期間延長など)

働きやすい職場づくり

社員がいきいきと元気に働くことが、企業の活力につながると考え、安心して働ける環境づくりに努めています。

労働安全への取り組みを推進

工場では、「安全」を職場業績評価基準のひとつに掲げ、「安全衛生委員会」が中心となって、各職場の業務特性や実情に合わせた取り組みを推進しています。2010年の労働災害発件数は26件、度数率^{※1}は1.94、強度率^{※2}は0.002でした。今後も引きつぎ、業務時・通勤時双方での安全対策強化と、社員の意識向上に努めていきます。

※1 度数率：死傷者数÷延べ労働時間数×100万

※2 強度率：労働損失日数÷延べ労働時間数×1,000

多様な制度を導入し社員の健康に配慮

社員の身体と心の健康に配慮することは、企業の最も重要な責務のひとつです。社員一人ひとりが元気で活躍できるよう、健康診断項目の充実やフォロー体制の整備を行っています。

● 法定項目を超える詳細な健康診断を実施

法定項目以上に詳細な検査項目で、健康診断を実施しています。40歳以上の社員には、毎年の定期健康診断に代えて、人間ドックの受診を義務づけています。また、健康問題に関する電話相談や、カウンセリング窓口なども整備。生活習慣病予防の改善を目的とした取り組みも実施し、社員の健康維持・増進を支援しています。

● 各種健康施策

各種制度		
病気が災害	長期傷病および介護の特別休業制度	取得できなかった有給休暇を年間10日を限度に60日まで積み立て可能
	差額ベッド代補助	健康保険適用外の部屋代について、かかった費用の70%を補助
人間ドックの利用		40歳以上の社員は、定期健康診断として55,000円以内であれば個人負担なしで必須受診 30歳以上の人(被扶養者も含む)は、日帰り5,000円、1泊10,000円の個人負担で利用可能
歯科健診		年1回実施

プログラム導入で生活習慣病を予防

食生活や運動習慣等の変化により、生活習慣病が増加しています。サントリーグループでは、生活習慣病の予防・改善を目的とした「生活習慣プログラム(ウォーキングプログラム)」を導入。社員自身が日々の生活を見直し、自ら改善していくためのきっかけを提供しています。また、2008年より法制化された、40歳以上の特定検診および特定保健指導についても、健康組合と協力して実施を進めています。

● セルフケアとラインケアで心の疾患を予防

メンタルヘルス疾患の予防と早期発見のため、社員本人がストレスに気づいて対応する「セルフケア」と、マネージャーによる職場環境改善や個別相談の実施などの「ラインケア」の双方から施策を講じています。さらに、社内専門医、社外カウンセラーによる相談、メンタルセルフチェックなども適宜実施し、予防や早期発見につながる体制づくりを進めています。また、退職者には、専門医によるサポートを強化するなど、復職支援体制を整備しています。

労使が協力して「働きやすい職場」に

重要な経営上の課題については、労使間で定期的で開催している「社長協議会」「決算協議会」「部門・テーマ別協議会」などを通じて検討・協議。サントリーグループの経営施策について、労働組合から業務の現況をふまえた提言を受け、活発な議論を行っています。人事・労務関連の諸制度の運用・改定も、労使双方の課題認識をもとに十分に協議したうえで実施しています。こうした労使関係により、企業運営の客観性や透明性ととも諸施策の実効性を高めています。

● 協議会で労使の協働を推進

労使共通の重要課題についてテーマを定め、定期的に協議会を開催しています。2010年の1年間で、約45回の協議会を実施しました。

2010年

● 生活習慣病防止のための「生活習慣プログラム」の導入

2011年

● メンタルヘルス支援体制の再構築
● 重要テーマに関する労使協議会の実施

環境経営

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

グループ全体で環境経営を推進

地球環境との共生が人類共通の最重要課題のひとつであることを認識し、1991年に「環境室」と「環境委員会」を設置しました。2010年には、グループ全体で事業とエコロジーを一体として推進していくことを目的に、サントリーホールディングス(株)内に「エコ戦略本部」を発足。環境基本方針のもと、各グループ会社それぞれの環境経営の強化を図っています。また、国内グループでの環境経営から、グローバルな環境経営体制の構築をめざして取り組めます。

サントリーグループ環境基本方針(2010年10月改定)

サントリーグループは、水と大地と太陽の恵みをお客様にお届けする企業として、環境経営を事業活動の基軸におき、生命の輝きに満ちた持続可能な社会を次の世代に引き渡すことを約束します。

1. 水のサステナビリティの実現

「水と生きる」をコーポレートメッセージに掲げる私たちは、全ての生命の源であり、事業基盤である「水」を大切に使い、きれいに浄化して自然環境に還し、使用した以上の水を育む森を守り続けます。

2. イノベティブな3Rの推進による資源の徹底的有効活用
循環型社会の実現に向けて、不断の技術革新により、事業活動のあらゆる側面で原材料・エネルギーなどの3R(Reduce, Reuse, Recycle)を一層推進し、持続可能なビジネスを構築します。

3. 全員参加による低炭素企業への挑戦

地球市民として、グローバルな視点で環境保全に取り組み、事業活動のバリューチェーン全体におけるCO₂削減を実行します。

4. 社会との対話と次世代教育

次世代に継承される豊かな自然を守るため、情報開示に努めるとともに、社会との対話を重ね、また、青少年への環境教育にも力を注ぎます。

5. Good Companyの追求

エコマインドを高く持つグループ社員づくりを通じて、人と自然と響きあいながら生物多様性の保全に努め、新たな価値を創造する“Growing for Good” Companyに向けて邁進します。

環境中期目標と進捗報告

環境経営を一層推進するために、2009年、水源涵養面積(水を育む森の広さ)とCO₂排出量削減の2つの中期目標を設定しました。

- 2011年末までに水源涵養林サントリー「天然水の森」を7,000haに拡大
[2008年末時点で約1,795ha](P43参照)
- 2012年までに国内全事業活動におけるCO₂排出量を2007年比20%削減(P45~47参照)

水源涵養面積は着実に拡大し、2011年4月現在で約5,223ha。2011年末7,000ha達成に向けてさらなる活動を推進しています。CO₂排出量は、計画を大幅に上回る生産量の増加により、2007年比1%削減(目標は2012年までに20%削減)にとどまりましたが、今後もグループ全体での活動をさらに強化していきます。

商品のライフサイクル全体で環境負荷低減

サントリーグループでは、多岐にわたる事業活動を通じてさまざまな副産物や廃棄物を排出しています。ひとつの商品が企画・開発されて、廃棄・リサイクルに至るまでのライフサイクル全体を通じて、環境に与える影響を定量的に把握し、負荷の低減に取り組んでいます。

また、海外における事業拡大にともない、グローバルでの環境負荷を捕捉するため、海外生産拠点の環境負荷の調査・把握を進めています。

環境マネジメント

● ISO14001認証取得をグループで推進

環境経営をグループ一体となって強化していくために、グループ各社のISO14001認証取得を積極的に推進してきました。2010年には、サントリープロダクツ(株)天然水奥大山ブナの森工場、同社神奈川綾瀬工場、サントリーワインインターナショナル(株)、サングレイン(株)で新規に取得し、国内グループ会社※において認証取得を完了しました。海外グループ会社※

においては、生産拠点を中心に12カ所で認証を取得しています。(2010年12月末時点)

※日本版SOX法対象のグループ会社

● 環境リスクを評価し対応策を策定

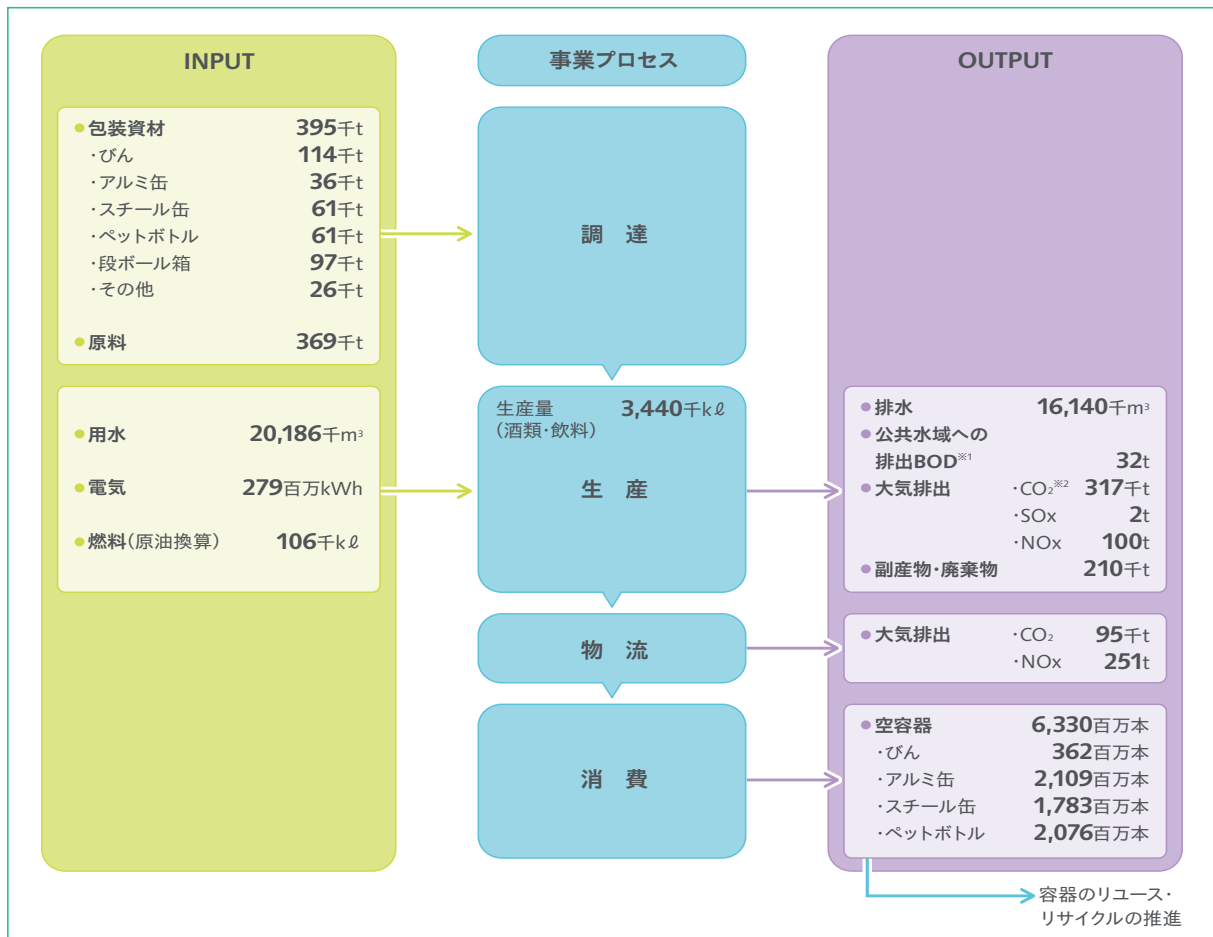
サントリーグループはISO14001の手順に沿って環境影響評価を各現場で行い、重点項目を特定し、発生するリスクについては未然に防ぐ対策を講じています。特に生産工程では、周辺環境に対して細心の注

意を払ったマニュアルを完備・運用することで、リスクマネジメントに努めています。

● 環境会計を導入してコストと効果を算出

サントリーグループは事業活動における環境保全への取り組みを定量的に評価する重要なツールとして、環境省「環境会計ガイドライン」2005年版に準拠した環境会計を活用し、その内容を開示しています。(2010年実績/環境投資額35億円、費用額91億円)

● 事業活動と環境負荷の全体像(対象期間2010年1月1日~12月31日、国内生産拠点(委託先除く))



※1 BOD: 生物化学的酸素要求量。水の汚染度を表す指標のひとつ
 ※2 電力由来のCO₂排出量は電力会社ごとの実排出量に基づく排出係数を使用

2010年

■ サントリープロダクツ(株)天然水奥大山ブナの森工場、同社神奈川綾瀬工場、サントリーワインインターナショナル(株)、サングレイン(株)でISO14001認証取得

2011年

■ サントリーグループ国内事業のISO14001の統合化

水のサステナビリティ／生物多様性の保全

サントリーグループの事業の生命線である水資源を未来へ残すために、生物多様性に配慮し、自然界の水の循環に負荷をかけない事業活動をめざしています。

めざすは「水のサステナビリティ」

サントリーグループの主な事業は、水や農作物といった、自然の恵みに支えられています。「水と生きる」企業として、水の循環を妨げない事業活動の実践は、何よりも優先して取り組むべきテーマです。水を育む森を守り、水を大切に使い、きれいにして還す「水のサステナビリティ」の実現を、事業活動における最も重要な課題と認識しています。

水源涵養活動を全国で展開

商品の製造段階では多くの地下水を使用します。その地下水の持続可能性を保全するために、森林所有者と数十年にわたる長期間の契約を結び、水を育む森づくりを2003年から行っています。工場の水源涵養エリアを中心に、国や地方自治体、地元の方々、学識経験者の皆様と協働して「天然水の森」と名づけた水源涵養活動を全国11都府県12カ所で展開しています。活動にあたっては事前に十分な調査を行い、エリア固有の自然環境や、生態系に十分配慮し、高い水源涵養機能をもった森づくりを進めています。

● サントリー「天然水の森」の活動目標

1. 水源涵養林としての高い機能を持った森林
2. 生物多様性に富んだ森林
3. 洪水・土砂災害などに強い森林
4. CO₂吸収力の高い森林
5. 豊かな自然と触れ合える美しい森林

● 7,000haを目標に「天然水の森」を拡大中

2010年は、新たに「天然水の森 きょうと南山城」「天然水の森 奥多摩」「天然水の森 ひょうご西脇門柳山」「天然水の森 近江」「天然水の森 ぎふ東白川」をはじめとした7カ所で、合計約2,880haの水源涵養林の協定を結びました。2011年4月現在の総面積は約5,223ha。工場で使用する地下水量を上回る地下水の涵養をめざし、引きつづき環境中期目標である「天然水の森」を「2011年末までに7,000haに拡大」の実現に向けて、取り組みを進めています。

「冬水(ふゆみず)田んぼ」で効率的な地下水涵養

2010年の冬から、熊本県益城町の水田約3haで、「冬水田んぼ」を開始しました。「冬水田んぼ」は、休耕する冬期の田に水を張る日本の伝統農法で、雑草を抑え、土を肥やす効果があるとされています。今回の水田は、サントリー「天然水の森 阿蘇」から流れ出る金山川の扇状地上に位置する、水が地下に浸透しやすい地質。上流の山を整備することで冬期の河川流量を増やし、そのきれいな水を田んぼで効果的に浸透させようという新たな試みです。



冬水田んぼ

東京大学「水の知」(サントリー)総括寄付講座

東京大学総括プロジェクト機構「水の知」(サントリー)総括寄付講座を2008年4月に設立。両者の知見を生かして「水の知」を構造化し、情報発信や啓発活動、人材育成を通じて水に対する社会的な関心を高め、水問題の解決と豊かな水環境の創成を推進しています。

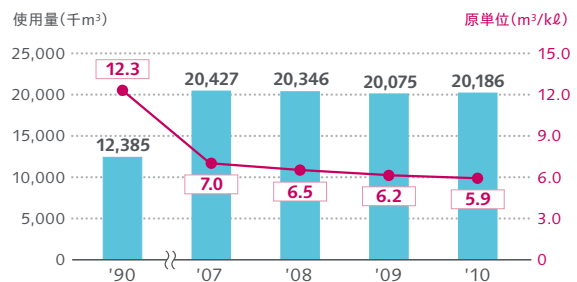


シンポジウム

水使用量の削減を徹底

サントリーグループの工場では、商品の原料以外にも、製造設備の洗浄や冷却用に多くの水を使用します。限りある水資源を大切にするために、工場ごとに中期目標を設定し、水使用量削減に取り組んでいます。また、水の再利用・循環利用などの技術導入による有効活用も進めています。2010年度は、生産量増加にともない水使用量は増加しましたが、工場での節水活動の取り組みにより、原単位は減少しました。

● 水使用量(国内25工場)



※原単位は製造1kℓあたりの使用量

● 水のカスケード(多段階)利用

サントリープロダクツ(株)天然水南アルプス白州工場では、用水の清浄レベルを5段階に分類し、高い清浄度が要求される工程から低い工程へ段階的に再利用する水のカスケード(多段階)利用を行っています。これにより、用水使用量原単位で業界トップレベルを達成しました。



回収した水の貯蔵タンク

排水管理の徹底

排水をできる限り自然に近い状態で自然に還すため、法律よりも厳しい自主基準を設定し、排水の品質を徹底管理しています。工場からの排水は嫌気性排水処理設備などで浄化処理した後、下水道や河川へと放流。その際、測定装置による24時間監視体制と、検査員による水質・水温点検を毎日実施しています。

生物多様性の保全

水や農作物を主原料とするサントリーグループの事業活動は、健全な生態系によって支えられています。この生態系を守るのは、当然の責務です。こうした認識から、グループ環境基本方針に「生物多様性の保全に努め、新たな価値を創造する」ことを定め、生物多様性とそれを支える環境保全につながる活動を、数多く展開しています。

また、2011年1月より、経団連の「生物多様性宣言推進パートナーズ」に参画しました。生物多様性の豊かな社会づくりに向けて、率先して行動していきます。

2010年

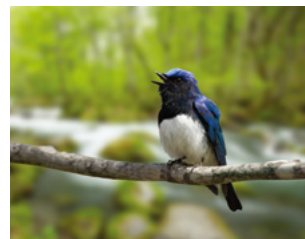
- 東京、岐阜、滋賀、京都、兵庫、鳥取、熊本で計約2,880haの「天然水の森」を新たに設定
- 学識経験者と共同での研究体制を順次構築し、科学的施業を推進
- 国内生産活動における用水原単位:前年比5.8%減

● 生物多様性を念頭においた事業活動

工場建設にあたっては、周辺地域の生態系への環境を調査・分析するなど、生物の多様性を念頭においた事業活動を展開しています。

● 地域固有の生態系を守る活動の推進

水源涵養活動を展開する「天然水の森」の森林整備では、豊かな生物多様性を回復することも、目標のひとつです。工場敷地内でも、モニタリング調査や絶滅危惧種・希少植物の保全など、地域特性に応じた活動を展開し、その地域固有の生態系保全に努めています。



溪畔に生息する野鳥

● 野鳥保護を通じた自然保護活動

“Today Birds, Tomorrow Man”(今、鳥たちに起きていることは将来、人間にとっての問題となるかもしれない)の考えから、1973年、野鳥保護を通じた自然保護活動「愛鳥活動」を開始しました。同年には民間企業として初めて「バードサンクチュアリ(野鳥の聖域)」を白州蒸溜所に開園、探鳥会や巣箱掛けなどの活動を行っています。

また、絶滅の危機にあるアホウドリの復活を支援する募金活動、野鳥保護の啓発リーフレットの制作・販売など、お客様や地域の方々と一緒に活動を展開しています。



白州蒸溜所のバードサンクチュアリでの巣箱掛け



啓発リーフレット

2011年

- 「天然水の森」の総面積を7,000ha以上に拡大
- 科学的根拠に基づいた整備を着実に進行
- 水源涵養活動の情報発信強化
- 国内生産活動における用水削減活動の推進

低炭素企業への挑戦

バリューチェーン全体での削減目標を掲げ、
グループ一体となって地球温暖化防止に取り組んでいます。

バリューチェーン全体でのCO₂削減

商品開発・製造から物流、販売に至るまで、バリューチェーン全体でCO₂排出量を削減するため、部門ごとに課題を設定して活動しています。

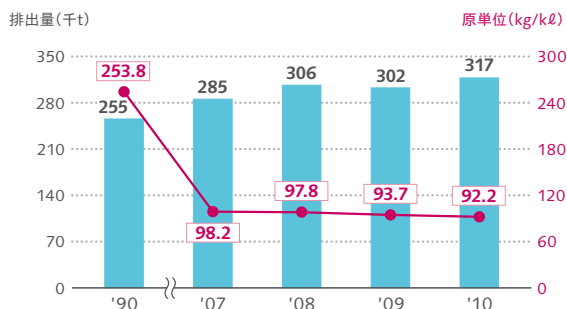
2009年に環境中期目標を新たに設定し、「サントリーグループの国内事業活動全体でのCO₂排出量を2012年までに2007年比で20%削減」することとしました。2010年はこの目標に向けて容器包装の軽量化、ヒートポンプを搭載した自動販売機の設置、製造での再生可能エネルギーの活用などの取り組みにより、2007年比約9%の削減を行いました。計画を大幅に上回る生産数量の増加により、排出総量は1%の削減にとどまりました(バリューチェーンCO₂排出原単位は2007年比約10%減)。今後も、引きつづきバリューチェーン全体におけるCO₂削減に努めます。

工場でのCO₂削減

サントリーグループの工場では、環境に調和した生産活動を行うため省エネルギーを徹底。稼働状況を一元的に記録・管理して、生産工程での省エネ活動に役立てています。さらに、CO₂排出量の少ない燃料への転換や再生可能エネルギーの利用など、さまざまな角度から地球温暖化防止に取り組んでいます。各工場での活動は、定期的開催されるエンジニアリング担当者会議で共有し、グループ全体へ水平展開しています。

2010年は、生産量増加にともないCO₂排出量が増加しましたが、工場における燃料転換や改善工事を進めた結果、原単位は減少しました。

● CO₂排出量(国内25工場)



● コージェネレーションシステム導入による削減

生産活動では、コージェネレーション(熱電併給)システムの導入を進めています。2010年12月現在、榛名工場、利根川ビール工場、京都ビール工場、大阪工場の合計4工場を導入されています。

● CO₂排出量の低い燃料へ転換

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

● 再生可能エネルギーの活用推進

太陽光、マイクロ水力、雪氷などの再生可能エネルギー(クリーンエネルギー)の活用を進めています。たとえば、サントリープロダクツ(株)天然水奥大山ブナの森工場では、冬季の積雪を蓄え、春季での冷熱負荷の一部をまかなう「雪室(ゆきむろ)」を導入しています。

また、サントリープロダクツ(株)天然水南アルプス白州工場では、年間を通してほぼ一定の温度に保たれる地下水の冷熱を、生産設備の冷却などに有効活用しています。こうした取り組みにより、CO₂排出量を約1,300トン削減できます。さらに同工場では、飲料業界最大規模*の電力約490kW太陽光発電パネルを設置しています。晴天時には工場で使用する電力の約20%をまかない、電力会社からの電気購入に比べてCO₂排出量を約205トン削減することができます。



※2010年3月末現在

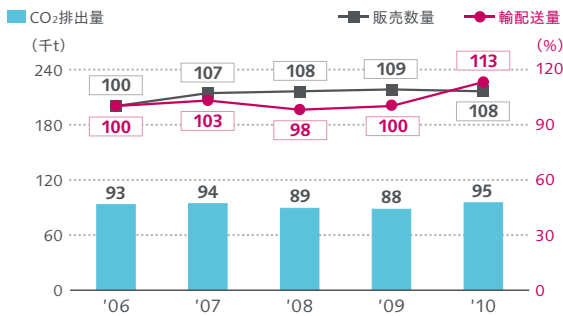
天然水南アルプス白州工場の太陽光発電

物流でのCO₂削減

原料・包装資材の調達から、商品をお客様にお届けするまでの間、物流・輸送業務でも、環境負荷の低減に努めています。モーダルシフトの推進とともに、自社で開発したシステムによる高効率なトラック輸送も実施してい

ます。2010年度は、猛暑の影響で販売数量が増えたことと長距離エリア間の輸送が増加したため、CO₂排出量は前年度比約8%増の約95,000トンとなりました。

● 輸送時におけるCO₂排出量の推移



※販売数量と輸配送量は、2006年を100とした場合
※期間は4月～3月の12カ月

● 使用車両の大型化を推進

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

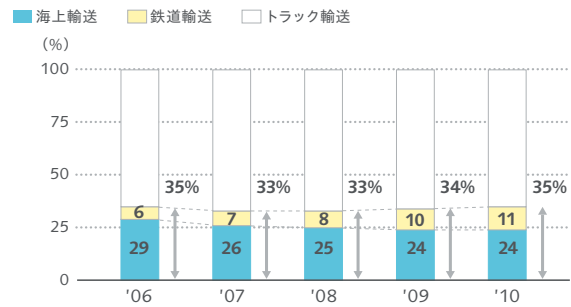
● モーダルシフトを推進

中長距離輸送では、トラックに比べてCO₂排出量が少ない鉄道・海上船舶輸送に転換するモーダルシフトを推進しています。2010年度は、海上輸送は前年並み、鉄道輸送は1%増、モーダルシフト率は1%増の35%でした。なお、500km以上の輸送では、モーダルシフト率71%を達成しており、国土交通省の目標(2010年までに50%)を大きく上回っています。

2011年3月にはサントリー酒類(株)、サントリーワインインターナショナル(株)、サントリーフーズ(株)の3社が、環境にやさしい鉄道貨物輸送を活用して、地球環境問題に積極的に取り組む企業として国土交通省が推進する「エコレールマーク」の企業認定を受けました。



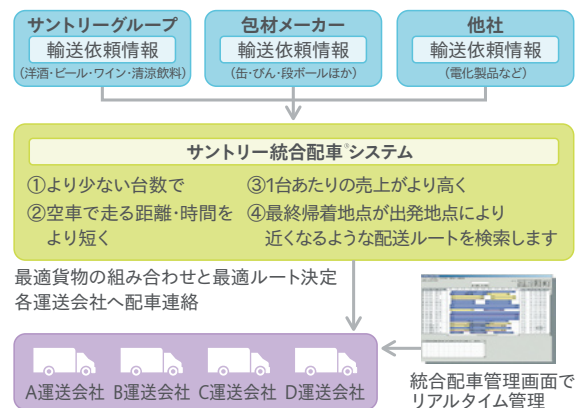
● モーダルシフト率の推移



● さまざまな貨物・荷主を統合して輸送

サントリーグループでは、さまざまな貨物・運送場所について、最適な車両の組み合わせとルート进行計算する「統合配車®システム」を導入。使用するトラックの台数や、空車状態で走行する距離・時間の削減を図っています。さらに、他社と貨物情報を共有することにより、1台の車両に複数の企業の貨物を組み合わせるなど、輸配送時のロス減らすことで、環境負荷の一層の低減を図っています。

● 統合配車®システムのイメージ



海上コンテナのラウンドユース(他社との共同利用)

輸入に使用されたコンテナを国内でラウンドユースし、輸出貨物に転用する取り組みを、他社と共同で2011年2月より開始しています。これまで、空のまま港に戻されていたコンテナを有効活用することで、効率的な輸送が実現でき、CO₂排出量の削減にもつながります。

地球環境との共生

環境配慮型自動販売機の設置を促進

サントリーグループは、自動販売機の電力使用をバリューチェーンにおけるCO₂排出量削減の重要課題と位置づけています。1995年以降夏場のピーク時に冷却機能を一定時間停止するピークカット機能を導入、2007年より、環境に配慮した「ヒートポンプ式^{※1}自動販売機」の設置を推進しています。これは、通常の自動販売機(2007年型)に比べ、電力使用量を約37%も削減でき、それにともないCO₂排出量も削減できます。2010年に採用した機種はほぼ全機種ヒートポンプ機となり、2011年は、投入するすべての新台(一部の特殊機を除く)に「ヒートポンプ式自動販売機」を採用していきます。これにより、2011年末には、サントリーグループの全稼働台数約48万台のうち約20%にあたる約10万台がヒートポンプ式自動販売機となる見込みです。また、2011年からLED照明を搭載したヒートポンプ式自動販売機も順次投入し、省エネを進めています。

さらには通常の自動販売機(2007年型)と比べ、半分以上の年間消費電力を実現した「超省エネ機」^{※2}も順次投入していきます。

- ※1 ヒートポンプ:冷却庫室で発生した熱を吸熱して加温庫室へ放熱することで熱を有効利用するしくみ
 ※2 超省エネ機の消費電力=700kWh未満

ヒートポンプ式
自動販売機



オフィスや研究所における省エネ活動

お台場オフィスでは、太陽光発電、再生水の利用、自動調光システム、トイレ照明やエスカレーターの人感センサーなどを導入しています。また、商品開発センターにおいても、2010年12月に太陽光発電設備を導入。そのほか、2010年より、社員の出張移動時に発生

するCO₂排出量を削減するため、Web会議などを積極的に活用しています。



商品開発センターの太陽光パネル

グリーン電力の活用

2011年1月より、サントリーホールおよびサントリー美術館をグリーン電力化しています。この取り組みは、エナジーグリーン(株)発行の、「グリーン電力証書」を活用したものです。両施設の年間使用電力量250万kWhすべてがグリーン電力でまかなわれているとみなされ、年間で約960トンのCO₂削減効果があります。

そのほか、バレーボールチーム「サントリーサンバーズ」やラグビーチーム「サントリーサンゴリアス」の一部のゲームにおいても、グリーン電力を活用しています。



グリーン電力ロゴマーク

グループ104施設でライトダウン

2010年6月20日~7月7日、環境省の呼びかけにより「CO₂削減ライトダウンキャンペーン」が実施されました。サントリーグループからは、104施設が参加。日本サブウェイ(株)やハーゲンダッツ ジャパン(株)では、はじめて店舗のライトダウンを実施しました。また、「サントリーサンゴリアス」の本拠地である府中グラウンドも初参加し、クラブハウス内のライトダウンを行いました。



ハーゲンダッツショップでのライトダウン

2010年

- 生産拠点でのCO₂排出原単位を前年比で1.7%削減
- 輸入時に使用したコンテナのラウンドユースなど、他社との共同物流の実施
- ヒートポンプ式自動販売機設置の推進

2011年

- 包材、生産拠点、自動販売機でのCO₂排出量削減の推進
- モーダルシフトのさらなる推進
- 新規に投入する自動販売機について、「ヒートポンプ式自動販売機」を採用

資源の有効活用

循環型社会の構築に寄与するために、容器包装や製造工程で発生する副産物・廃棄物の3Rを推進し、資源の有効活用に努めています。

容器包装における3Rの推進

お客様の飲用時からリサイクル処理を行うまでのユーザビリティに配慮しながら、軽量化や、より環境負荷の少ない素材の採用、さらにはリサイクル処理しやすい設計に取り組んでいます。また、各リサイクル団体・自治体と連携しながらリサイクルを推進しています。

サントリーグループは、3R(Reduce, Reuse, Recycle)の考え方にに基づき、環境に配慮した容器包装を開発しています。

Reduce: 軽量化の追求

省資源化や、輸送時の環境負荷低減の一環として、多面的な軽量化に取り組んでいます。ペットボトル容器やガラスびんなどの容器だけでなく、キャップ、ラベルなど、さらには商品を梱包する段ボールの軽量化も推進しています。

● ペットボトルの自社成型

サントリーグループでは、ペットボトルの原型となるプリフォームを膨らませて、ペットボトルにする工程を備えた工場を増やしています。また、一部の工場ではPET樹脂からプリフォームの成型もしています。これにより、ボトル成型から中味充填までの一貫した設計・管理が可能となり、樹脂の使用量を削減し、ボトルの軽量化もしやすくなっています。さらに、完成品のペットボトル購入時に比べて、輸送時の燃料やCO₂排出量も削減できます。



Reuse: 容器の回収・再利用を推進

ビールや、飲食店様向けの清涼飲料などに使用されているリターナブル容器は、自社ルートで回収・洗浄して、繰り返し使用しています(2010年度は、延べ117百万本回収・再利用)。また、栓抜きで開栓する際

に口欠けしにくい形状に改善をするなど、びん品質の改善にも取り組んでいます。

Recycle: 設計から回収まで全段階で配慮

回収した容器包装をリサイクルしてつくるリサイクル品の品質を確保するために、容器の設計段階からさまざまな配慮を行っています。これらの容器はたくさん種類が流通し、回収時に各社の容器が混在するため、各市町村などとも連携しながら、効率的な回収ルートを活用しています。

酒販店様や飲食店様から排出される事業系ガラスびんについては、1974年に専門の業者による回収ルートを構築し、流通チャンネルでの回収を支援しています。

● はがしやすいラベルの開発

280ml ペットボトルなどの小容量容器にも、はがしやすいロールラベルを導入しました。お客様の廃棄時の手間を軽減することで、リサイクルを促進します。



はがしやすいロールラベル

イノベティブな3Rの推進事例

従来取り組んできた方法に加え、再生可能な資源の活用など、新たな技術の開発にも積極的に挑戦し、「イノベティブな3R」を推進していきます。

● 手で簡単にたためるP-ecot(ペコット)ボトル

2011年3月に発売した「サントリー天然水」550ml ペットボトルに、手で簡単にたためるP-ecot(ペコット)ボトルを採用しました。このボトルは、従来のペットボトルから約40%軽量化した13.5gを実現。原料となる、原油由来の樹脂の使用量を約40%削減し、CO₂排出量も年間約7,600トン削減できる見込みです。

また、P-ecotボトルの開発にあたっては、お客様に使いやすいデザインであること、リサイクル処理で問題が

発生しないことという2点にも配慮しています。



P-ecotボトル

● 植物由来原料を使いCO₂を削減

2011年2月より、「なっちゃん」1.5ℓ ペットボトルの一部商品のラベルに植物由来原料を使用しています。このラベルは、デンプンを主成分としたポリ乳酸と呼ばれる素材を約70%含み、従来のラベルに比べて環境負荷低減につながります。

● リペットスタイルボトル^{※1}の導入

サントリー食品インターナショナル(株)は、協栄産業(株)と共同で国内飲料業界で初めてペットボトルのB to B^{※2}メカニカルリサイクル^{※3}システムを構築しました。このシステムにより、市場で回収されたペットボトルを原料に新たなペットボトルを再生したりペットスタイルボトルを、2011年5月以降、当社商品の一部に導入します。

※1 リペットスタイル：ペットボトルからできたペットボトル。新しいスタイルのエコボトル

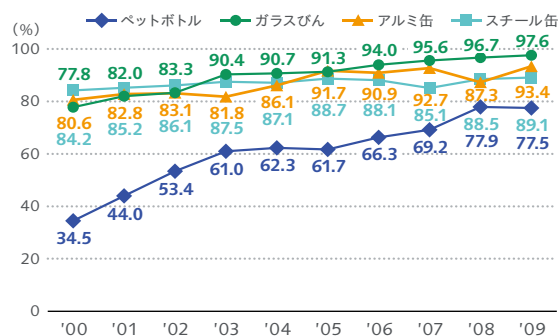
※2 B to B：「ボトル to ボトル」の略で、ペットボトルをリサイクルして新たなペットボトルに再生すること

※3 メカニカルリサイクル：マテリアルリサイクル(使用済みの製品を粉砕・洗浄などの処理をして、新たな製品の原料とすること)で得られた再生樹脂をさらに高温、減圧下で一定時間の処理を行い、再生材中の不純物を除去する方法

容器リサイクルで業界・自治体と連携

業界団体や自治体と連携し、お客様のご協力も得て、容器のリサイクルを推進しています。サントリーグループは、「容器包装リサイクル法」を遵守し、事業者としてのリサイクルの義務を果たすことはもちろん、効率的なリサイクルシステムの構築に努めています。

● 容器回収率の推移(各業界団体データより)

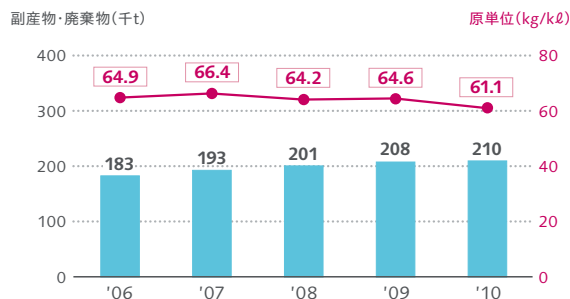


※各リサイクルの2010年度の数値は、2011年7月ごろ発表される予定です

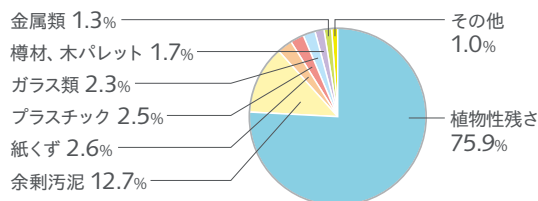
廃棄物の削減と再資源化

サントリーグループの国内工場では、生産工程で発生する副産物・廃棄物の排出量削減と、100%再資源化に取り組んでいます。2010年度は、国内全工場(グループ会社を含む)から発生した副産物・廃棄物は210,053トンとなり、前年度より総量は1%増加しましたが、原単位は5.4%減少しました。また、再資源化率は、100%を達成しています。

● 副産物・廃棄物の排出量とその原単位(国内25工場)



● 副産物・廃棄物の排出量の内訳(2010年)



● 種類別に再資源化の用途を開拓

生産工程では、さまざまな副産物・廃棄物が発生します。最も量が多いのは、製品の原料である農作物か

ら出る植物性残さ。次いで排水処理から発生する汚泥です。これら2種類は、特に注力して再資源化を進めています。なお、サントリーグループから発生する副産物・廃棄物は、それぞれ下図の用途で再資源化しています。



ウイスキーの樽材からつくられた家具

● 汚泥発生量を半分以下に削減

嫌気性排水処理設備を導入し、生産設備の洗浄などで発生した排水を処理しています。嫌気性処理とは、酸素がない状態で活動する微生物(嫌気性菌)を用いて、汚濁物質を分解する処理法です。酸素が必要

な好気性菌による好気性処理法に比べて、排水処理段階で発生する汚泥の量を半分以下に減らすことができます。また工場では、処理で発生するメタンガスを燃料として有効活用しています。

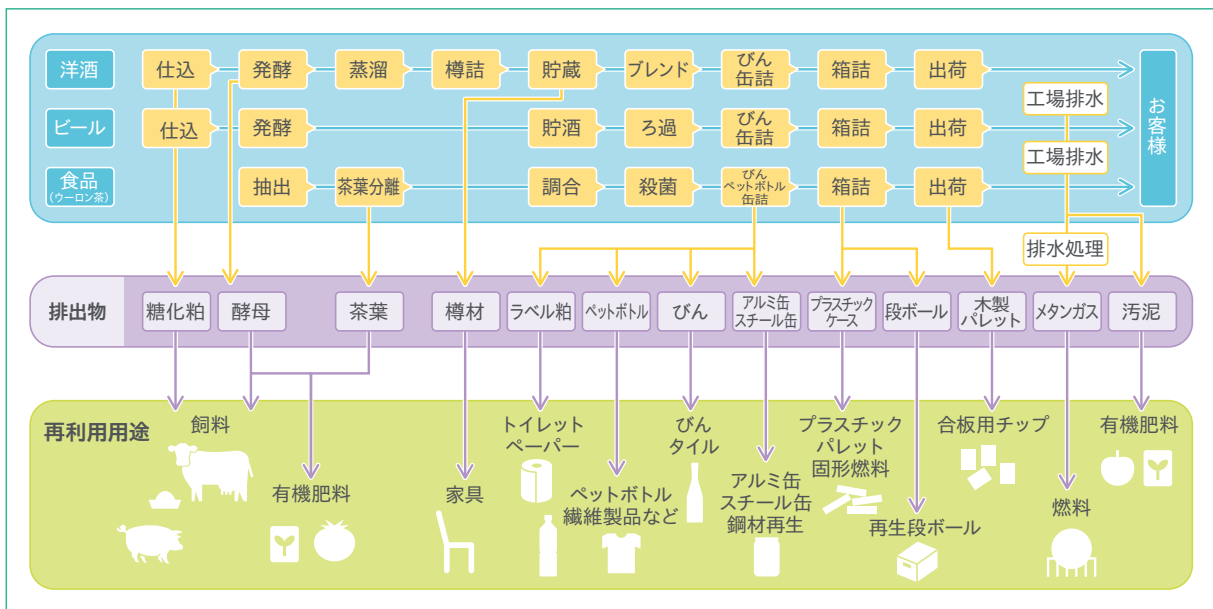
資材の減量化を推進—ファーストキッチン(株)

ファーストキッチン(株)では、2010年11月より、一部の店舗でコールドドリンクのMカップとフロートカップを共通化し、4種のカップを3種に削減するとともに、カップの口径も統一し、5種のフタを2種に削減しました。これにより、CO₂排出量を年間約260トン削減することができます。また、紙ナプキンの規格も2010年7月より変更し、6つ折りから4つ折りタイプにすることで紙使用量を約30%削減しています。



口径を統一したカップ

● 製造の各段階で発生する副産物・廃棄物の再利用の流れ



2010年

- Reduce : ペットボトルの軽量化(軽量化率89%、PET樹脂削減量18,891トン)
- Reuse : リターナブルびんシステムの維持
- Recycle : 効率的、実効的容器リサイクルシステム構築推進
- 生産、お台場オフィス・大阪オフィスでの再資源化100%達成
- 食品リサイクル法の各社別目標値設定完了

2011年

- 容器対応を中心とした環境配慮型商品開発を継続的に推進
- さらなる3Rの推進
- 生産、お台場オフィス・大阪オフィスでの再資源化100%の維持
- 食品リサイクル法の各社別目標の設定

環境活動を通じた社会との共生

環境に関する情報を社会にも発信し、
環境意識の啓発とコミュニケーションに努めています。

空容器の散乱防止対策を推進

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

なお、サントリーグループは飲料業界6団体で構成される(社)食品容器環境美化協会に参画しています。



空容器回収ボックス

適切な情報開示とコミュニケーションを実践

環境に関するダイアログやステークホルダーの皆様との対話を大切に、いただいたご意見・ご要望は、当社の活動改善につなげています。また、CSRレポートや、ホームページなどを通じた環境情報の発信を積極的に行っています。

次世代への環境教育

豊かな自然環境を守り、地球と共存していくためには、地球温暖化や資源の枯渇など、解決しなければならない課題がたくさんあります。現代を生きる私たちの使命として、また、持続可能な未来を築くために、次代を担うこどもたちへの環境教育に積極的に取り組んでいます。

●次世代環境教育「水育(みずいく)」

豊かな自然と、そこから生まれる水資源を未来へ引き継ぐために、サントリーグループが独自に展開している活動が体験型学習プログラム「水育」です。水に関する知識を伝えることにより、水の大切さに気づき、水を守るために自ら考え、行動することもたちの育成を目的としています。「森と水の学校」と「出張授業」の2つを大きな柱として、活動を展開しています。

●サントリー水育「森と水の学校」

小学校3～6年生とその保護者を対象に、「サントリー天然水」のふるさとで開かれる自然体験教室です。白州(山梨県)、奥大山(鳥取県)、阿蘇(熊本県)の広大な自然の中で、「水の大切さ」や「水を育む森の大切さ」を体感します。2010年までに、約11,000名の方に参加いただきました。



●サントリー水育「出張授業」

小学校の教室で、4～6年生に「水の大切さ」を伝えます。首都圏、京阪神と、天然水工場のある山梨県、鳥取県、熊本県で展開。実験やゲームを通じて、水の循環と生活の関わり、水を育む森林の役割などを楽しく考えます。2010年までで408校、30,000名を超える児童を対象に行いました。



緑化システムーサントリーミドリエ(株)

サントリーミドリエ(株)は、環境負荷の低減に配慮した優れた製品・サービスを表彰する「第7回エコプロダクツ大賞」のエコプロダクツ部門で、審査委員長特別賞(奨励賞)を受賞しました。授賞式が行われた日本最大級の環境展示会「エコプロダクツ2010」にも出展、土を使わずに建物の壁面や屋上を緑化する技術を、広く社会に発信することができました。



エコプロダクツ展ブース

「P LOVE GREEN宣言」ー(株)プロントコーポレーション

(株)プロントコーポレーションは2010年4月に、人と自然にやさしい、またワクワクする活動を展開する「P LOVE GREEN宣言」を行いました。その第一弾として「P LOVE GREENキャンペーン」を開催。国産素材にこだわった商品の売上の一部、合計約710万円を東京都の「海の森」※プロジェクトに寄付しました。

※「海の森」: ごみと建設残土で埋め立てられた東京湾内の中央防波堤内側埋立地に苗木を植え、美しい森に生まれ変わらせる計画



『P LOVE GREENキャンペーン』の対象商品

2010年

- 水育「森と水の学校」計40回、1,340名参加
- 水育「出張授業」は、106校約8,200名に実施

2011年

- 水育「森と水の学校」計33回、1,200名参加予定
- 水育「出張授業」年間100校7,000名で実施予定

海外事業会社の活動



中国

Suntory (China) Holding Co., Ltd.
サントリー(中国)ホールディングス

貫流ボイラー導入で中国企業を先導

サントリー上海ビール工場では、2010年6月に天然ガスを燃料とする小型貫流ボイラーを12台導入しました。石炭ボイラーが主流の中国では先進的な事例です。蒸気負荷に応じて稼働台数を調整でき、稼働効率は大型石炭ボイラーのときの80%弱から、95%まで向上しました。また石炭の使用を中止することで、CO₂排出量を従来の約60%以上削減しています。



貫流ボイラー



ニュージーランド

Furcor Group
フルコアグループ

廃棄物削減とリサイクルを推進

フルコアグループのリサイクル率は過去3年で大幅に改善し、約90%を達成しています。また、ニュージーランドとオーストラリアのいくつかの業界団体に所属し、公共の場所やイベント会場でのリサイクル活動、包材設計の改良、容器リサイクルに関する地域を基盤とした研究開発への資金提供など、廃棄物排出量の削減とリサイクル率向上に向けた取り組みを推進しています。



廃棄物削減を意識して設計した包材



イギリス

Morrison Bowmore Distillers Ltd.
モリソンボウモア ディスティラーズ

蒸溜工程の廃熱を利用

モリソンボウモアの公共プールの温水は蒸溜工程の廃熱を利用しています。この廃熱はまた、緑麦芽を窯で乾燥させる際や、蒸溜釜の予熱、ピジターセンター内の暖房にも使われています。廃熱利用は、蒸溜所のみならずモリソンボウモア全体のCO₂排出量削減にも貢献しています。



廃熱を利用した温水プール



フランス

Château Lagrange S.A.S.
シャトー ラグランジュ

環境ラベル「TERRA VITIS(テラ・ヴィティス)」認証を取得

環境と人の健康を守りながら、生態学的に持続可能な手法で高品質のぶどうを生産していることが認められ、2005年に「TERRA VITIS(テラ・ヴィティス)」の認証を受けました。これは統合農業に関するラベルで、厳重な規制の遵守や年次監査が義務づけられ、シャトー ラグランジュを含む30のワイン生産者がこの環境活動に参加しています。



TERRA VITIS(テラ・ヴィティス)の認証



フランス

Louis Royer S.A.S.
ルイ ロワイエ

製造工程で水資源を有効活用

ブレンディングやびん詰め工程における用水を見直し、水使用量の削減および排水の水質管理に取り組んでいます。また、蒸溜工程で必要になる冷水も、環境保全と節電のため、蒸溜により発生した温水をいったん大きな貯水槽に貯蔵し、冷ましてから再利用しています。



蒸溜冷却水の貯水槽



シンガポール

Cerebos Pacific Ltd.
セレボス・パシフィック

環境に配慮した工場が完成

2010年、タイとマレーシアに、環境に配慮した新工場を開設しました。2つの工場では、太陽電池、省エネ型電球、自然採光、ボイラーやクーラーを管理する省エネユーティリティシステムと、生産ラインで使用した水を衛生システムに再利用するしくみなどを取り入れました。エネルギー効率が良いのも特徴となっています。



環境に配慮したタイの新工場

コーポレート・ガバナンス

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

サントリーのグループ経営体制

サントリーグループは、「グループ経営」と「業務執行」を分離させる純粋持株会社制によるグループ経営体制を導入しています。グループ企業理念「人と自然と響きあう」を実現するには、社会から信頼され、必要とされる企業グループでありつづけなければなりません。そのために、経営の効率性を高め、地域社会やお客様、お取引先などの各ステークホルダーとの良好な関係を保ち、また企業としての社会的責任を果たすため、コーポレート・ガバナンスの充実に努めています。

●グループ経営を担う各種会議体

サントリーホールディングス(株)の取締役会は、8名で構成され、グループ経営に関わる課題の意思決定を行うとともに、グループ各社の業務執行を監督する役割を担っています。取締役会のもとには、トップマネジメント層から構成される「グループ経営戦略会議」をおき、グループ全体の経営課題を具体的に検討・協議することで、効率的かつ効果的なグループ経営を運営しています。

また、執行役員制度を導入し、迅速な意思決定と業務執行を実現する体制を整えています。

●経営を監視・監督する監査体制

サントリーホールディングス(株)の監査役会は4名の監査役で構成されており、うち2名が社外監査役です。監査役会は、取締役の業務執行をはじめ、内部統

制システムの整備状況、グループ経営全般に関わる業務執行状況について監査しています。加えて、外部監査法人が会計監査を実施し、会計や会計に係る内部統制の適正性および適法性について、第三者の立場から検証しています。

また、グループ各社の業務執行状況などを監査・検証する内部監査部門として「グループ監査部」をおき、社内規定に基づいて、業務執行の適正性および健全性の維持に努めています。

●内部統制システムの強化

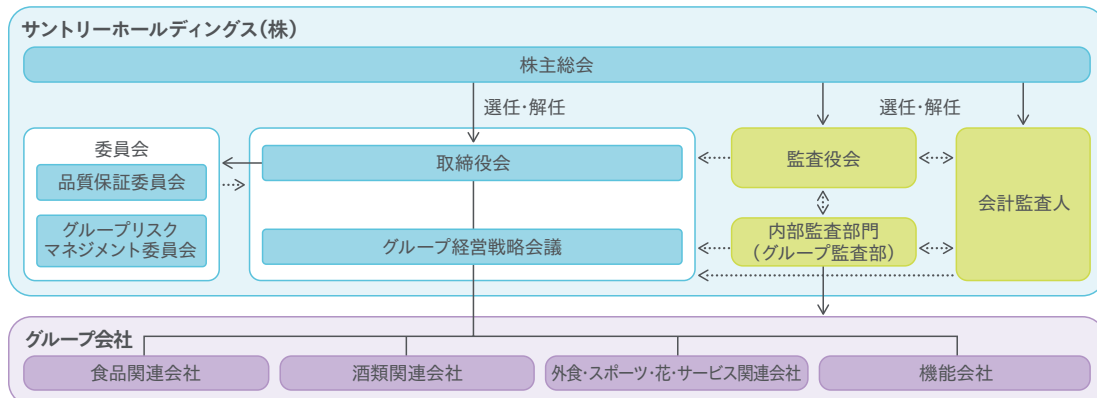
サントリーホールディングス(株)の取締役会で「内部統制システム構築の基本方針」を決議しており、コンプライアンスや情報管理、リスクマネジメントなどの取り組みを強化することで、より実効性のあるガバナンス体制の構築をめざしています。

●CSR経営の推進

サントリーグループのCSR経営を推進するために、専門部署であるCSR推進部を設置しています。CSR推進部では、サントリーグループ全体に対し、CSRビジョン「水と生きる」の啓発活動を行っています。この啓発活動を通じて、グループ社員一人ひとりの意識向上と、各社の環境保全や文化・社会貢献などの活動推進につなげています。

また、企業統治上重要なCSR課題については、各専門委員会にて関連各部と連携しながら、グループ全体で組織的に課題解決に取り組んでいます。

●コーポレート・ガバナンス体制



コンプライアンス／リスクマネジメント

お客様や社会の期待に応え、事業を継続的に営んでいくために、
グループ横断的な体制を整備しています。

「企業倫理綱領」に基づくコンプライアンス推進

サントリーグループの全従業員が共通の価値観をもち、共通の基準で行動できるよう、2003年に「サントリーグループ企業倫理綱領」を制定しました。この綱領に基づき、グループ横断的な視点からコンプライアンス推進体制を整備しています。

● ホットラインの運用

企業倫理綱領に反する行為を早期に発見し解決するため、グループ共通窓口としてコンプライアンス室と社外法律事務所に「コンプライアンス・ホットライン(内部通報制度)」を設置。また、国内グループ18社が社内に独自の窓口を設けて運営しています。2010年は、労務・人事に関する相談内容など、グループ全体で105件の通報がありました。通報案件に対しては、コンプライアンス室やグループ各社内担当部署が当該案件関係者すべてのプライバシー保護に配慮した調査のもと是正勧告などの対応を行い、さらに、問題の改善や再発防止策が徹底されていることを確認しています。

● コンプライアンス浸透・定着のための活動

コンプライアンスの浸透・定着のため、グループ社員に向けた各種研修やイントラネット上での情報発信などを継続的に実施しています。2010年はメンバー層に向けての周知活動に力を入れました。今後は海外グループ社員に向けた情報発信も強化していきます。

さらなる定着をめざして浸透度調査を実施

グループ国内全従業員を対象とした「コンプライアンス浸透度調査」を隔年で実施しています(2010年6月に実施)。その調査結果から、全社および各部、各部門の個別課題を把握し、施策の充実に努めるとともに、今後の取り組み改善につなげています。

2010年

- 研修や意識調査を実施し、グループ全体でのコンプライアンス推進強化
- 業務遂行上の重要リスクに関するグループ全体のPDCAサイクルの維持・促進

トータルリスクマネジメント体制

サントリーグループのリスクマネジメントは、グループ各社ごとに業務執行レベルでの自社管理を原則としています。一方で、全社横断的なトータルリスクマネジメント体制を強化するため、「グループリスクマネジメント委員会」と「品質保証委員会」を設置し、リスクに関する課題解決に取り組んでいます。

● グループリスクマネジメントの強化

「グループリスクマネジメント委員会」は、コンプライアンス、情報セキュリティ、大規模災害、その他全体的な重要課題について、グループ全体に対するリスクの分析・評価を行います。さらに、全社最適の観点からリスク対策の強化を図っています。

● 品質リスクへの対応を強化

安全・安心な商品・サービスを提供することが最も基本的な責務であると認識し、「品質保証委員会」を設置。サントリーグループ全体における品質リスクの抽出・低減を図るとともに、情報開示の推進に取り組んでいます。

情報セキュリティ認証の取得—サントリーウエルネス(株)

2010年12月、サントリーウエルネス(株)は、情報セキュリティ認証「ISO27001」を取得しました。これにより、健康食品・美容商品の通信販売事業を行う同社において、数百万件のお客様情報を、高いセキュリティレベルで管理していることが証明されました。



ISO27001の登録証

2011年

- グループガバナンスの継続強化
- グループを包括したコンプライアンス推進活動、グループ各社への支援を強化
- 国内外グループ全体のリスクマネジメント体制のさらなる基盤強化

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本年も第三者意見をいただきました。2度にわたるレビューでご指摘いただいたご意見は、できる限り本レポートに反映しています。



バルディーズ研究会 共同議長
グリーンコンシューマー研究会 代表

緑川 芳樹

今回の特集1「水源涵養活動」は、サントリーグループのCSRビジョン「水と生きる」の実践であり、このレポートをきわだたせています。2008年末に策定した、その面積を2011年末までに約4倍の7,000haに拡大するとの中期目標を達成する勢いで進んでいます。その努力はサントリーグループへの高いCSR評価に結びついています。環境活動全般を見ても、CO₂排出量削減の目標設定、容器包装の3R活動、ペットボトルのボトル to ボトルへの新たな展開などの進展が見られます。特集2は、サントリーグループの社会との共生に関わる理念「利益三分主義」の実践である文化・社会貢献活動の記念すべき節目の特集です。その継続性に敬意を表します。

レポート全体として、CSR評価に必要な情報が相当地に盛り込まれ、品質への徹底したこだわりが読み取れる「安全・安心への取り組み」をはじめ、一段ときめ細かくつくり上げられました。海外事業会社の活動はWebサイト中心ですが、本誌でも重点的な記載が見られます。

「社員」の分野では、ダイバーシティ推進室の設置が

特筆できます。この課題についての重要性(マテリアリティ)の高まりを推察でき、その具体的な取り組みとして女性管理職登用の上昇は高く評価できます。今後は経済協力開発機構(OECD)から先進国の中でも日本が低いとの指摘を再三受けている女性労働力率に関連して、女性社員比率の向上を含め、さらなるダイバーシティを進めていただきたいと思います。

また、全体の問題でもありますが、情報開示の対象範囲が限定的です。中期的課題として連結決算レベルに最大限近づけるよう望みます。

東日本大震災に遭遇して、サントリーグループの支援活動はきわめて積極的です。今後、一部報道もされていますが事業継続計画の強化、一層の省エネ・節電活動の推進などの取り組みを強めてください。

CSR活動が定着しつつあるなかで、2010年11月企業のみならずあらゆる組織に社会的責任を求めるISO26000ガイダンス規格が発行されました。この中の7つの中核課題では「人権」問題など新たな課題も提起されています。社会的課題の解決のためには政府・行政の政策責任、企業など組織の社会的責任、個人の責任のそれぞれが十分に果たされることが必要です。この規格発行を契機とし、あらためて自社の社会的責任について振り返り、新たな展開を図っていただくよう期待します。

第三者意見をいただいて



サントリーホールディングス株式会社
執行役員 広報部長 CSR推進部担当

濱岡 智

東日本大震災で被災された方々に謹んでお見舞いを申し上げます。被災地の一日も早い復興・再生に向けて、グループをあげて支援に取り組んでいく所存です。

サントリーグループは、CSRビジョン「水と生きる」に基づき、大切な地球資源である「水」のサステナビリティを軸とした環境経営を推進し、創業時からサントリーの理念である「利益三分主義」に根ざした文化・社会貢献活動を積極的に展開してまいりました。活動内容に

対し、高い評価をいただいたことを励みに、さらに取り組みを前向きに進めてまいります。一方で、いただきましたご提言は、当社のCSR課題を的確にご指摘いただいていると受け止めており、今後の活動に活かしてまいりますと考えています。特に、事業のグローバル化の進展とともに、国際標準を見据えたCSR活動への取り組みがますます重要になってくると認識しています。

今後とも、「Growing for Good」な企業をめざして、グループCSR活動の充実と情報開示に努め、力強く社会的責任を果たしてまいります。本レポートに関する皆様方からの率直なご評価・ご意見をお待ちしています。

●Web掲載内容一覧 以下については、Webサイトで詳しくご報告しています。

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

ページ	項目	Webのみ	Webで詳細
最新情報一覧		●	
CSR活動ハイライト			● (過去)
CSR活動実績と目標一覧			●
●安全・安心への取り組み			
— グループ品質保証の推進	お客様第一が品質保証の基本 グループ全体の品質保証を推進 グループ全体の潜在リスクの抽出と低減	● ● ●	● ●
— すべてのプロセスでの品質保証		●	●
●お客様との関わり			
— お客様コミュニケーション	お客様の声を全社で共有・活用 お客様対応システム ご意見を商品に活用 お客様に役立つ情報を提供	● ● ● ●	● ●
— ユニバーサルデザイン		●	
— 健康で豊かな生活への取り組み	自然の力で健康的な生活を支援	●	
— アルコール関連問題への取り組み	お客様の健康ニーズに応え、新しい価値を創造するために—研究開発体制 酒類製品を製造・販売することの責任 専門組織が責任をもって対応 専門医とともに人体への影響を研究 飲酒運転撲滅に向けた予防・啓発活動	● ● ● ●	● ● ●
●お取引先との関わり	CSRを考慮した取引のしくみづくりを推進		●
●地域社会との関わり			
— 地域に根ざした貢献活動	災害被災地への支援 チャリティ・寄付活動	●	●
— 文化・社会貢献活動	豊かな生活文化に貢献 「夢」と「感動」を伝えるスポーツ活動		● ●
— 次世代育成支援	次世代育成支援を強化		●
●社員との関わり			
— 人事の基本的な考え方	人事の基本的な考え方 人権尊重のために推進委員会を設置		●
— 雇用・就業状況	サントリーグループの雇用・就業状況		●
— 人材育成	社員のキャリア開発を支援		●
— ダイバーシティの推進	ダイバーシティ(多様性)の推進を加速		●
— ワークライフバランスの推進	労働時間の適正化 ワークスタイルを革新する「S流仕事術」 ワークライフバランスに配慮して社員を支援		● ● ●
— 労使関係	労使が協力して「働きやすい職場」に		●
— 労働安全・健康維持	労働安全への取り組みを推進		●
●地球環境との共生			
— 環境経営			
— 環境ビジョン	グループ環境活動の基本的な考え方 水・資源・CO ₂ への取り組みを重点課題に	● ●	
— 2010年度の目標と実績・評価		●	
— 環境マネジメント	ISO14001認証取得をグループで推進		●
— 従業員への環境教育	グループ全体で環境教育を推進	●	
— 環境会計	環境会計の開示 2010年度の評価と分析	●	●
— 水のサステナビリティ			
— 水資源の保全	水源涵養活動を全国で展開		●
— サントリー「天然水の森」活動の展開状況		●	
— 水使用量の削減と排水管理	水使用量の削減を徹底	●	
— 低炭素企業への挑戦			
— 工場でのCO ₂ 削減	2010年の実績 物流協力会社の取り組みを推進 他社との共同取り組みを推進	●	● ●
— 物流でのCO ₂ 削減			●
— 自動販売機の省エネ	自動販売機の省エネルギー化		●
— オフィス・その他の取り組み	営業における環境活動 本社オフィスにおける環境活動 研究開発拠点における環境活動	●	● ●
— 資源の有効活用			
— 容器包装の3R	3Rに基づいて容器包装を開発 Reduce:軽量化の追求 Recycle:設計から回収まで全段階で配慮	●	● ●
— 廃棄物の削減と再資源化	副産物・廃棄物の排出量、再資源化率および用途	●	
— グリーン調達・グリーン購入		●	
— 汚染防止・化学物質管理		●	
— 生物多様性の保全	基本方針に生物多様性保全を明示 野鳥保護を通じた自然保護活動		●
— 環境活動を通じた社会との共生			
— 次世代環境教育「水育」	次世代環境教育「水育(みずいく)」		●
— 環境コミュニケーション	適時適切な情報開示とコミュニケーションを実践		●
— 空容器散乱防止	自動販売機廃棄処理の適正化 お客様や地域に役立つ機能を拡充	●	●
●CSRマネジメント			
— コーポレート・ガバナンス	内部統制システムの強化		●
— コンプライアンス	コンプライアンス推進体制 コンプライアンスの浸透・定着のための活動 日常業務における「企業倫理綱領」の実践 グループ会社のコンプライアンス活動を支援	● ● ● ●	● ●
— リスクマネジメント	セキュリティ強化の取り組み 知的財産権への取り組み クライシスマネジメント体制を整備	● ● ●	
グループ各社のCSR活動			●
— 社会との対話		●	● (過去)
— 社外からの評価			●
— CSRレポート・バックナンバー・サイトレポート		●	
— GRI・環境省ガイドライン対照表		●	
— CSR用語集		●	

水と生きる SUNTORY

- CSRレポートに関するお問い合わせ先
サントリーホールディングス株式会社 CSR推進部
〒135-8631 東京都港区台場2-3-3
TEL:03-5579-1536 FAX:03-5579-1755
- 発行責任者 北栴 武次
- レポートの内容は、Webサイトでもご覧いただけます。
<http://suntory.jp/CSR/>
- 発行 2011年6月