

オレンジーナ・シュウェップス・グループのCSR

オレンジーナ・シュウェップス・グループについて

オレンジーナ・シュウェップス・グループは、世界各国で愛飲されているフルーツ炭酸飲料「オレンジーナ」をはじめ、お客様の健康志向のニーズに応えるさまざまな商品を展開しています。その販売エリアは、欧州(23カ国)からアフリカ、アジア・オセアニア、米州など世界60カ国以上に広がっています。

本社所在地 フランス(パリ)・スペイン(バルセロナ)・オランダ(アムステルダム)
 売上高 1,182百万ユーロ(2011年実績)
 従業員数 約2,500名
 事業内容 清涼飲料の製造・販売
 ホームページ <http://www.oranginaschweppes.com/>

Our Mission

お客様が楽しく、さわやかで、ナチュラルな喜びのひとつを感じていただくことを使命としています。

Our Vision

私たちは、飲料業界で最も価値ある企業を目指します。

Our Values

起業家精神: 社員一人ひとりが常にオープンな心を持ち、何事にも革新をもたらすべく果敢に取り組みます。

自分が起業した企業であるかのように、オレンジーナ・シュウェップス・グループの成長に貢献します。

チームワーク: 私たちは個々の才能を活かし合い、互いを信頼し合います。

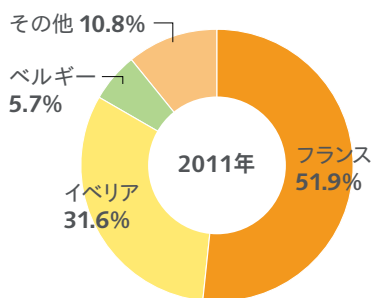
情熱: 私たちは何事にも常にエネルギーと熱意をもって取り組み、ともに成功を分かちあいます。

約束: 私たちは何事にも責任をもって取り組みます。

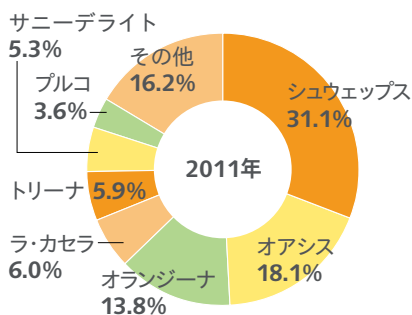
Our Working Mindset : 私たちの仕事に対する姿勢

大きく考え、素早く行動し、自発的に挑戦する。

地域別売上構成



ブランド別売上構成



ついに日本にも
オレンジーナ上陸!

2012年3月
果汁入り炭酸飲料
「オレンジーナ」を日本
で新発売しました。

主要商品ラインアップ



サステナブルな喜びをお届けするために



オランジーナ・シュウェップス・グループ
CEO
ルイス・バッハ

人々の健康や地球環境に配慮した商品を通じて、お客様に喜びを感じていただくこと、それが私たちオランジーナ・シュウェップス・グループの使命です。私たちを使命の実現に駆り立てるのは、何事にも果敢に取り組むチャレンジ精神です。この強い思いのもと、サステナブル(持続可能)なライフスタイルの普及促進に向けて全力で取り組んでいます。

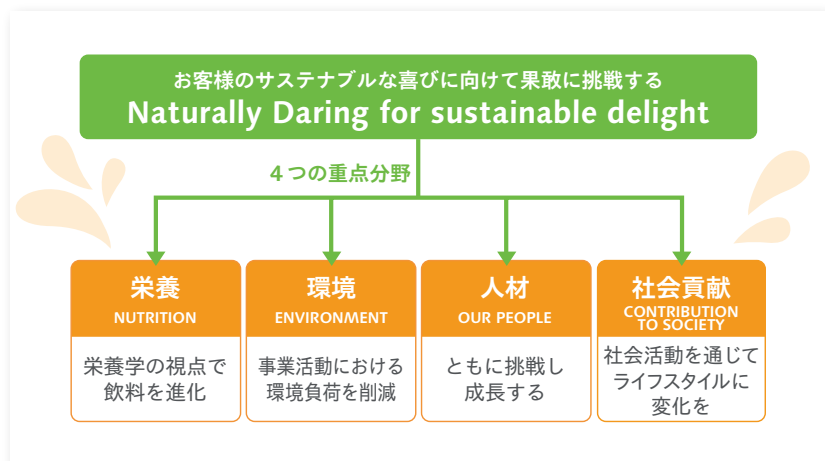
私たちの取り組みの中心にあるのは「栄養と品質」であり、お客様が健康で幸せな日々をお過ごしいただけるよう、最高品質の商品をお届けすることに全力を注いでいます。ナチュラルな商品こそが喜びをもたらすと確信し、おいしさとのバランスがとれた商品を提供すべく、新しい分野の開発にもチャレンジを続けています。

オランジーナ・シュウェップス・グループの商品は、自然の恵みを原料としてつくられていることから、事業を継続・発展していく上で、地球環境の保全は最重要課題であり、全社をあげて環境経営を推進しています。

また、環境に配慮した商品を積極的に開発するだけでなく、社会やお客様にこれらの商品を広く普及させていくことも、私たちの大きな役目であると信じています。これからもこの信念に基づき、私たちの飽くなくチャレンジ精神ともてる力を大いに発揮し、多くの人々がサステナブルな行動やライフスタイルの実現に向けて取り組んでいただけるよう、積極的に、そして楽しく働きかけています。

CSRの基本的な考え方

オランジーナ・シュウェップス・グループは、原材料の調達から商品開発・生産工程などあらゆる事業活動において、お客様に喜びを提供し、地域社会・地球環境にやさしい存在であることが社会的な使命と考えています。その実現のために、栄養・環境・人材・社会貢献を重点分野に設定。商品を通じて、あるいは社員のチャレンジ精神と創造力によって、取り組みを継続的に進化させながら、サステナブルなライフスタイルの実現を目指しています。



NUTRITION

栄養学の視点で飲料を進化

おいしさを保ちながら 果汁飲料の糖分量を減らしています

健康な生活を保つ上で、日常的に摂取する糖分量の適正化が重要です。そこで、オレンジーナ・シュウェップス・グループでは、これまでのおいしさを保ちながら糖分量を減らす取り組みを進めています。フランスの2011年実績では、果汁飲料の平均糖分量を2006年と比べて14%削減しています。

また、無添加に近い中味の開発を目指し、原材料を吟味して天然の着色料や香料を使うだけでなく、保存料を削減するなど、大半の商品の改良を重ねてきました。たとえば、スペインで販売している「トリーナ」は、100%天然由来の原料だけでの製造を実現しました。

オレンジーナ・シュウェップス・グループは、フランス



政府が進める国民の栄養改善計画「PNNS(全国栄養健康プログラム) 憲章」に署名(2008年)した唯一の清涼飲料メーカーです。

ENVIRONMENT

事業活動における環境負荷を削減

原材料の調達から販売まで全工程で環境負荷を低減しています

オレンジーナ・シュウェップス・グループは、調達から販売に至る全工程で、廃棄物・水使用量・温室効果ガス排出量・エネルギー使用量を削減するとともに、リサイクル率も向上させています。

◆ サステナブルな原材料調達

高品質の保証だけでなく、社会や環境にも配慮を行うCSR調達方針を定め、サプライヤーと連携してサステナ

ブルな原材料調達を推進しています。2011年には9カ国において、全取引のうち80%を占める主要な果実のサプライヤーへの監査を実施し、CSR調達基準の徹底を図りました。

◆ 容器包装におけるCO₂排出量を削減

バリューチェーン全体におけるCO₂排出量を削減するには、容器包装における取り組みが重要と捉え、以下のテーマに重点的に取り組んでいます。

- リサイクルが100%可能な容器包装の使用(ペットボトル・アルミニウム・鉄・ガラス)
- 2006年比で容器を13%軽量化し、年間4,000トンの材料を削減
 - ・「オアシス」2ℓボトルの軽量化(従来品より15g軽減)
- リサイクル可能な素材の使用量を拡大
 - ・フランスおよびベルギー向けの「オレンジーナ」ペットボトルに再生樹脂を使用

容器包装におけるリサイクルや軽量化の取り組みは、バリューチェーン全体で排出されるCO₂排出量の削減に大きく寄与しています。



OUR PEOPLE

ともに挑戦し成長する

社員が成長する喜びを実感できる「働きがいのある会社」に

オレンジナ・シュウェップス・グループでは、社員のキャリア開発や、チャレンジ精神を発揮しやすい職場環境の整備を進め、グループ全体が新たな成長に向けて常にチャレンジしていく風土を醸成しています。

また、社員の健康的な食習慣を支援することも企業の重要な使命の1つと考え、栄養学の基礎をより深く理解するためのセミナーを開催したり、スポーツ活動への参加を促す資金援助などを実施しています。

社員の満足度を世界共通の基準で調査する「働きがいのある会社 (Great Place to Work)」ランキングでは、常に上位に位置し、87%の社員がオレンジナ・シュウェップス・グループの一員として誇りや喜びをもっています。



CONTRIBUTION TO SOCIETY

社会活動を通じてライフスタイルに変化を

バランスのとれたサステナブルなライフスタイルを提供するために

バランスのとれたサステナブルなライフスタイルを提供できるよう、清涼飲料メーカーならではのプログラムを推進しています。

◆栄養学に関する情報や教育の提供

地域のステークホルダーの皆様と連携し、子どもたちとその家族を対象に、果物を食べる習慣を推奨するなど、飲料や食品の摂取方法についての啓発や、栄養を効果的に摂取する習慣の普及活動を行っています。

2009年より、欧州委員会が支援する子どもの肥満防止プログラム「EPODE」に参加し、子どもたちとその家族に食習慣と日常生活のバランスに関する教育を行っています。このプログラムは、すでに欧州の250以上の都市で実施され、大きな成果をあげています。



◆青少年のスポーツ活動を支援

健康的で豊かな生活をおくる上で、スポーツは重要な役割を担っています。そこで、オレンジナ・シュウェップス・グループではラグビーやハンドボール、テニスなど、青少年のスポーツ活動を積極的に支援しています。

フランスでは、「スクール・ナショナル・スポーツ連合 (UNSS)」のパートナー企業として、全中学校の生徒に対し、80以上ものスポーツ教育を実施しています。また、UNSSの各イベントの機会を利用し、栄養に関する情報発信も行っています。

◆商品を通じて社会にポジティブな変化を

お客様に支持されているブランドは、社会に与える影響も大きいことを十分に認識し、ブランドの個性・楽しさ・エネルギーなどを通じて、生活スタイルにポジティブな変化をもたらすよう、以下のような取り組みを行っています。

- 2009年以降、全商品のパッケージに栄養成分を表示 (毎日の摂取カロリー量のガイドラインも含む)
- 全商品を特定栄養ガイドラインに沿って開発
- 「オアシス」「プルコ」「トリーナ」のような主要ブランドについては、天然由来の原材料を訴求するコミュニケーションを実施
- 飲用後の容器類をわかりやすく楽しい方法で仕分けできるリサイクル表示を訴求



商品に表示しているリサイクルを呼びかけるロゴ

ステークホルダーとの関わり

品質への取り組み

フランス



Château Lagrange S.A.S.

シャトー ラグランジュ

ワインの製造

品質管理と製品の安全性を徹底

シャトー ラグランジュでは、ぶどう園が立地する「地域」と栽培する「品種」の個性を最大限引き出すべく、区画ごとに丹念に手入れを行っています。また、お客様の健康のために、ぶどう園での農薬の使い方にも細心の注意を払っています。

製造工程においては品質管理責任者を任命し、ぶどうの木



ぶどうの品質保証

フランス

Louis Royer S.A.S.

ルイ ロワイエ

コニャック・ブランデーの蒸溜、リキュール・スピリッツの製造・販売

食品規格の認証取得と安全性の追求

ルイ ロワイエの業務は、すべてBRC(英国小売業協会)の「食品安全マネジメントシステム05版」の認証を取得。関連会社のルイ サヴールとラ カルタジノワーズも、それぞれISO22000国際規格とIFS国際食品規格の認証を取得しています。そして、ボトル1本1本に及ぶトレーサビリティ体制を確立し、高いレベルの商品の安全性を目指しています。

2003年からは、サントリーグループの仕様に沿った先進的なボトリング工場が操業し、継続的な改善を日々実践しています。



最新式びん詰めライン棟



技術向上のための指導

お取引先との関わり

イギリス



Morrison Bowmore Distillers Ltd.

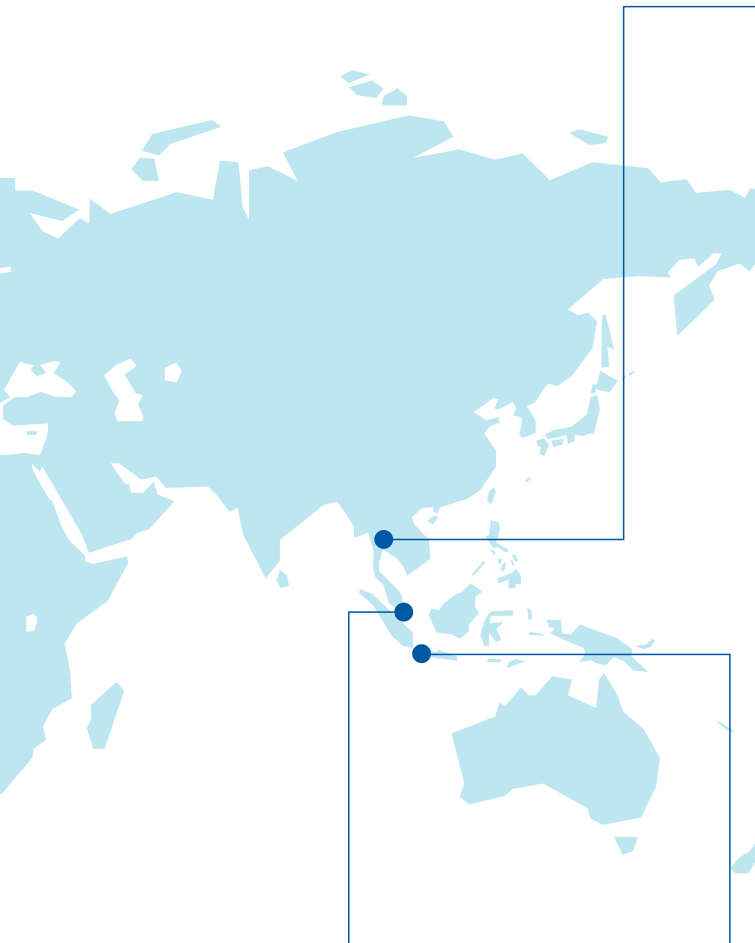
モリソンボウモア ディスティラーズ

スコッチウイスキーの製造・販売

お取引先との協働と公正・公平な取引

モリソンボウモア ディスティラーズは、調達にあたってはお取引先とともに協力しながら取引をすることを基本条件としています。また、社会的・環境的配慮から、イギリス国内、特にスコットランド内での調達を優先しています。

さらに、モリソンボウモア ディスティラーズが求める品質を最適な価格で調達していることを確認するため、定期的に幅広いサプライヤーを対象に入札を行っています。



地域社会との関わり

タイ



Tipco F&B Co., Ltd.

ティプコF&B

清涼飲料の製造・販売

タイの洪水被害・東日本大震災に対する支援

ティプコグループでは、FHF(Friends Help Friends)プロジェクトの一環として、洪水被害にあった社員や地域の人々を支援するため、政府を通じて100万本、赤十字社とその地方支所およびメディアを通じて約20万本のAURAミネラルウォーターを寄付しました。

また、日本の東日本大震災の被災者を支援するために、ティプコグループの従業員は、タイ赤十字社を通じて約115万タイバツを寄付しました。



AURAミネラルウォーターの寄付



タイ赤十字社への寄付

お客様との関わり

シンガポール



Cerebos Pacific Ltd.

セレボス・パシフィック

「BRAND'S Essence of Chicken」などの健康食品、コーヒー・ソースなどの加工食品の製造・販売

お客様満足の追求

セレボス・パシフィックでは、2002年からお客様とのよりよい関係を維持することをマーケティングの基本理念としています。その一環として、すべての地域で、CRM(顧客関係管理)システムを運用し、お客様ニーズを把握するとともにお客様満足の向上につなげています。セレボス・パシフィックが管理する顧客データは175万名に達し、データベースから、お客様と直接コミュニケーションを図るなど、お客様と交流を深めながらブランドへの親近感を高めています。

地域社会との関わり

インドネシア



PT Sundry Garuda Beverage

サントリーガルダビバレッジ

清涼飲料の製造・販売

工場見学を通じた地域交流

小学生・中学生・高校生・大学生などを対象とした工場見学を実施し、安全・安心な商品を生産するプロセスについて理解を深めていただいています。



工場見学の様子



地球環境との共生

水資源の保全

アメリカ



Pepsi Bottling Ventures LLC

ペプシ・ボトリング・ベンチャーズ

ペプシ系ボトラー

水使用量の継続的な削減

ペプシ・ボトリング・ベンチャーズにとって水使用量の削減は重要な取り組みです。2008年から2011年にかけて生産量が9.5%増加しましたが、徹底した節水活動の推進により水使用量は1%増にとどまりました。こうした取り組みにより、現在の水使用量の原単位は1.60m³/klと高効率の生産体制を維持しています。



徹底した節水活動を推進

地球温暖化防止

メキシコ



Suntory Mexicana, S.A. De C.V.

サントリー メヒカーナ

酒類(「MIDORI」「プラムデュー」)の製造・販売および酒類(「響」「山崎」「モーツァルト」)の輸入販売

設備の入れ替えでCO₂排出量を削減

2009年から工場で使用する電力・燃料の原単位の把握に努め、年間の削減目標を設定して対策を検討するとともに、その結果を月1回レビューしています。

その成果として、老朽化した水管ボイラーを最新式小型貫流ボイラーに更新し、燃料使用の効率化を図るとともにNO_x排出量を削減しました。さらに2011年には、高効率スクリーコンプレッサーを導入して電力使用量の低減を図るなど、環境負荷低減に向けた活動に力を注いでいます。



新ユーティリティ棟



高効率スクリーコンプレッサー

資源の有効活用

イギリス



Morrison Bowmore Distillers Ltd.

モリソンボウモア ディスティラーズ

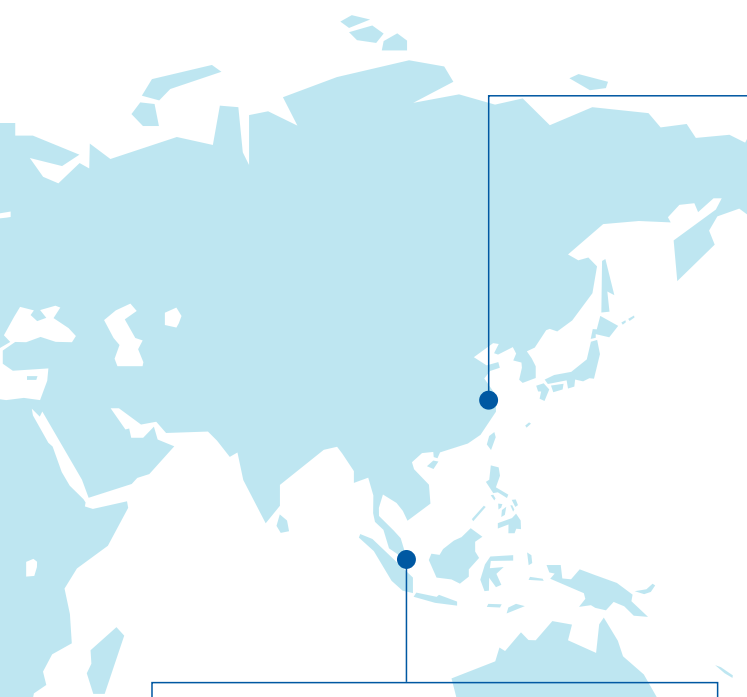
スコッチウイスキーの製造・販売

容器包装廃棄物リサイクルの取り組み

モリソンボウモア ディスティラーズは、ガラス・金属・紙・木材・プラスチック・段ボールなどの廃棄物を適切に分別し、リサイクルを推進しています。

また、使用済みの樽については、貯蔵用の樽の栓として再利用したり、樽を半分に切って、蒸溜所などでガーデニング用のプランターとして販売しています。蒸溜プロセスで発生する副産物の残り粕については、肥料として植物の育成に活用しています。

こうした取り組みによりリサイクル率目標80%を前倒しで達成し、さらなるリサイクル率の向上に取り組んでいます。



地球温暖化防止

中国



三得利(中国)投資有限公司

サントリー(中国)ホールディングス

中国グループ会社のホールディングカンパニー

排水処理時のメタンガスを再利用

サントリービール(上海)工場では、2011年に嫌気性排水処理時に発生するメタンガスを再利用する専用ボイラーを導入しました。メタンガスをLNG(液化天然ガス)の代替として活用することで、年間約50万Nm³のLNGを削減できました。これにより年間約850トンのCO₂排出量を削減しました。



メタンガスボイラー



生物脱硫装置

資源の有効活用

シンガポール



Cerebos Pacific Ltd.

セレボス・パシフィック

「BRAND'S Essence of Chicken」などの健康食品、コーヒー・ソースなどの加工食品の製造・販売

廃棄物削減のプログラムを導入

シンガポールオフィスでは、従業員への環境教育と、現在の環境管理の統合的アプローチを拡大することを目標に、廃棄物削減とリサイクルのプログラムを導入しました。このプログラムはすでに本社で成功を収め、リサイクル率が国平均の57%を上回る60%を達成しました。今後は、この取り組みをすべての地域に展開する計画です。また、省電力などの環境活動も順次導入していきます。



シンガポールオフィスのリサイクルボックス

地球温暖化防止

ニュージーランド



Frucor Group

フルコアグループ

飲料の製造・販売

エネルギーと水資源を有効利用

フルコアグループは、政府の支援によるエネルギー監査を2009年に受けました。この監査での提言に基づき、エネルギー効率改善の取り組みを推進してきました。また、2009年にオークランド大学工学部と共同で、水や液体廃棄物の調査を行いました。この調査結果に基づき、フルコアグループの継続的な改善計画の1つとして生産ラインの効率化に取り組んでいます。



エナジードリンク「V」のライン