

# サントリーグループの理念とCSR

社会、自然との共生を実現し、真に価値ある企業となるために、サントリーグループは企業理念「人と自然と響きあう」の実現に向け、ステークホルダーとともにさまざまなCSR活動を進めています。

サントリーグループは、「人と自然と響きあう」を企業理念に定め、世界中の人々そして世界中の大いなる自然との共生を目指しています。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、地球環境の保全、さらにはさまざまな分野での社会貢献に取り組み、真に豊かな社会の実現に貢献することが私たちの使命(Our Mission)であると考えています。

その根底に流れるのは、1899年の創業以来変わらぬ「社会との共生」「自然との共生」の精神、そして「やってみなはれ」に基づく飽くなき挑戦の精神です。

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持続可能な地球環境の実現を目指し、挑戦し続けることがサントリーグループの果たすべき責務であると考え、CSR活動を推進しています。

## 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

目指す姿

#### ■ 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目指します。

### 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目指します。

#### ■ 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。

## 理念と行動原則 (Our Principles) の体系

サントリーグループの理念に基づく行動原則(Our Principles)として、「サントリーグループ企業倫理綱領」を制定しています。サントリーグループが社会に対して責任を果たし、お客様や社会から信頼されるために、常に大切にしなければならない行動姿勢を明文化しています。グループ理念や理念に基づく行動原則をグループ全従業員で共有し、責任ある企業活動に努めることで真に価値ある企業の実現を目指しています。



## サントリーグループのCSRの考え方

持続可能な社会に向けて、サントリーグループの理念を実践することそのものがサントリーグループのCSRであると位置づけ、グループ一体となって活動を推進しています。グループ理念に基づき従業員一人ひとりが社会やステークホルダーとのつながりの中でCSRを実践できるよう、CSRに関する基本的な考え方を以下のように定めています。

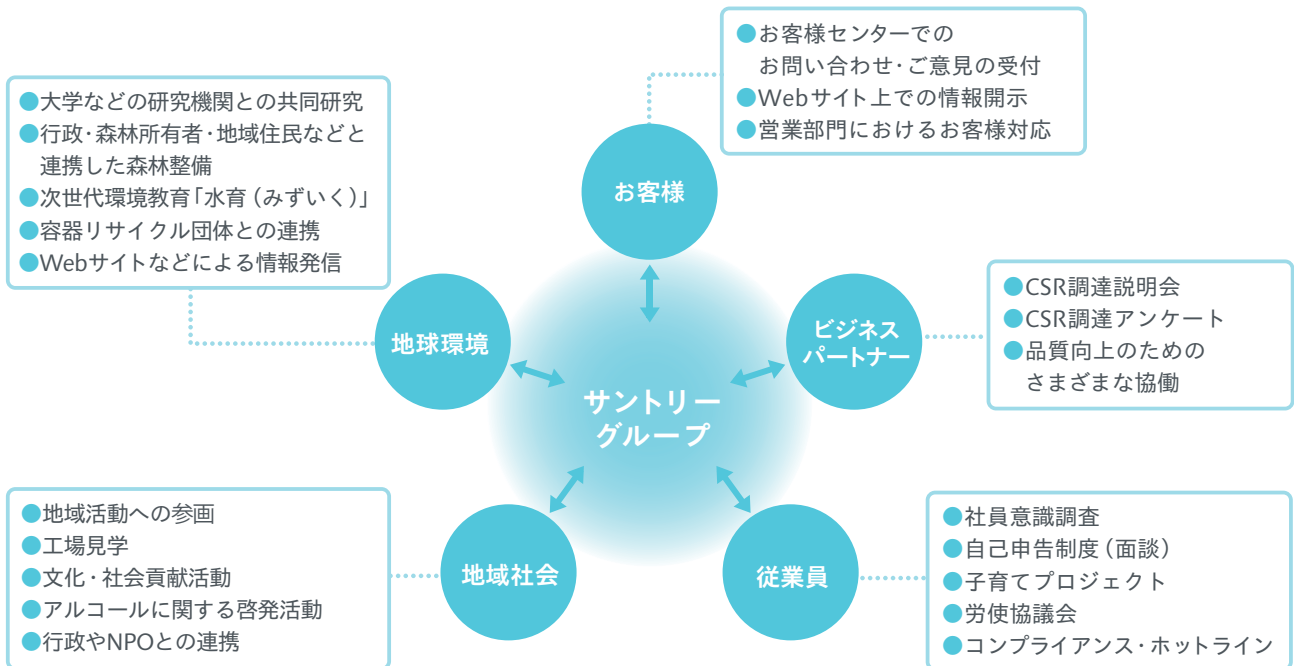
- サントリーグループの理念の実践を通じ、社会や自然と共生し、持続可能な社会の実現に貢献します。
- 社会課題の解決と新たな価値の創造に向け、ステークホルダーの期待や要請を踏まえたCSR活動を積極的に推進します。
- 人権尊重と高い倫理観に基づいて、公正・透明で誠実な事業活動をビジネスパートナーとともに遂行します。

## ステークホルダーとの関わり

サントリーグループの事業活動は、多様なステークホルダーとの関わりの中で進められています。持続可能な社会の実現に貢献する企業であり続けるために、私たちはステークホルダーへの責任を明らかにする

とともに、さまざまなコミュニケーションを実施。いただいたご意見や社会のニーズを企業活動に反映し、高い信頼関係や協働関係を継続的に築いていくことを目指しています。

### 【ステークホルダーとのコミュニケーションの機会】

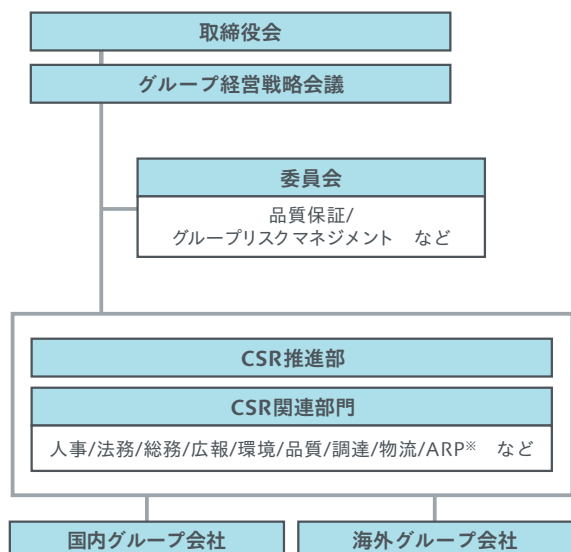


## CSR推進体制

サントリーグループでは、取締役会および「グループ経営戦略会議」のもと、CSR関連部門が連携し、グループ全体でCSR活動を推進しています。

その全社横断的機能を果たす専門部署として、2005年よりCSR推進部を設置しています。CSR推進部では、全社CSR戦略の策定、部門横断的なCSR課題への対応、CSR情報発信、ステークホルダーとのコミュニケーションなどに取り組んでいます。また、CSR関連部門と連携して行動計画を策定し、それぞれのCSR課題について定例会議を開催し、活動の進捗報告や課題の共有、課題の解決に向けた討議や社会動向の共有を行い、国内外含めたグループ全体でCSR活動を推進しています。

### CSR推進体制



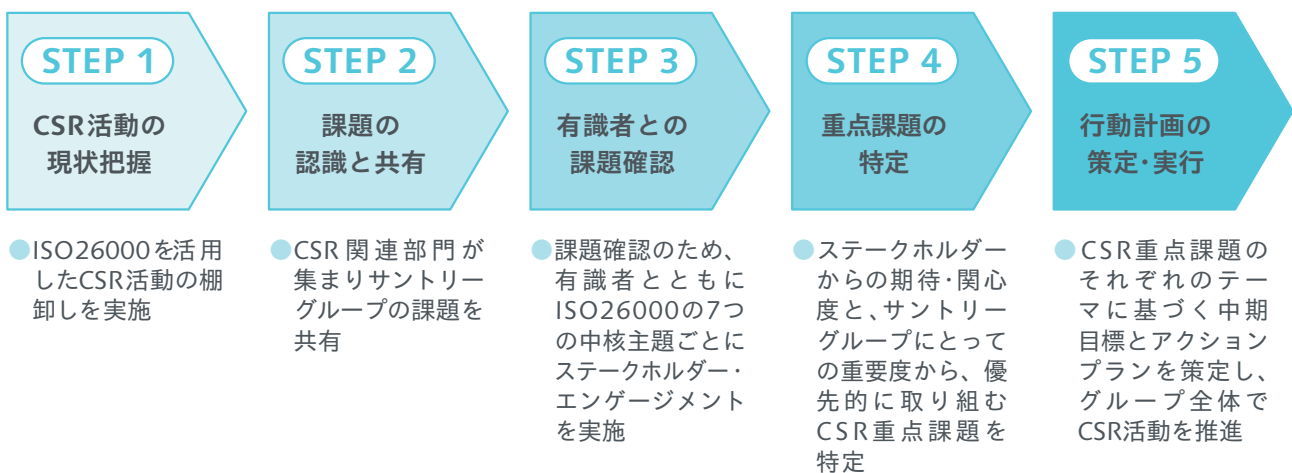
※ ARP : Alcohol-Related Problems(アルコール関連問題)の略

## ISO26000を活用したCSR活動の推進

CSRの考え方をベースに、よりサントリーグループらしい社会的責任を果たしていくため、2011年からISO26000を活用したCSR活動を推進しています。CSR活動の現状把握と課題抽出・認識の共有を行い、7つの中核主題ごとにステークホルダー・エンゲージメントを実施しました。

この結果をもとに、グローバルな社会課題や事業課題の中から、ステークホルダーからの期待・関心度が高く、また、サントリーグループにとっての重要度も高い項目を特に注力すべきCSR重点課題として特定し、策定した行動計画に基づいてグループ全体で活動を推進しています。

### 【CSR活動推進のプロセス】



## 6つのCSR重点課題

サントリーグループのCSR活動をより一層推進するため、2013年新たに6つのCSR重点課題を特定しました。この重点課題に基づく活動テーマをCSR関連部門と協議し、各活動における中期目標とアクションプランを策定しCSR活動を推進しています。

- お客様第一に安全・安心で健康に貢献する高品質な商品・サービスの提供
- 「水のサステナビリティ」と環境負荷低減による自然との共生の実現
- 「利益三分主義」に基づく生活文化の豊かな発展と次世代育成への貢献
- 「やってみなはれ」を発揮できる人材育成とダイバーシティ推進
- サプライチェーンを通じたCSR活動の推進
- 酒類を扱う企業として責任ある適正飲酒の普及と啓発

## CSR行動計画

サントリーグループでは、CSR活動をより深化させていくために、6つのCSR重点課題に優先的に取り組みます。それぞれの活動テーマに基づく中期目標とアクションプランをたて、グループ全体でCSR活動を推進しています。

ステークホルダー	重点課題	活動テーマ	2012年の実績
お客様	お客様第一に安全・安心で健康に貢献する高品質な商品・サービスの提供	お客様視点に基づく品質保証	<ul style="list-style-type: none"> <li>●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</li> <li>●海外グループ会社の品質マネジメントシステムの強化</li> <li>●グループ全体の総合力向上・シナジー発揮のための方策の確立</li> </ul>
		お客様とのコミュニケーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>●SNSやブログ上の情報収集による直接お問い合わせのないお客様の声の把握</li> <li>●グループ会社の業態・課題に応じたお客様対応の強化</li> </ul>
		お客様の声の企業活動への反映	<ul style="list-style-type: none"> <li>●より幅広いお客様の声を収集・分析することにより、事業部門との連携を強化</li> <li>●お客様の声を活かすしくみの高度化とグループへの拡大</li> </ul>
地球環境	「水のサステナビリティ」と環境負荷低減による自然との共生の実現	水源涵養 <small>かんよう</small>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●未設定工場における「天然水の森」の設定(山崎蒸溜所、京都ビール工場)</li> <li>●測量、植生調査等に基づく5カ年整備計画の策定</li> </ul>
		生物多様性の保全	<ul style="list-style-type: none"> <li>●「天然水の森」における生態系調査の実施</li> <li>●Webサイトでの愛鳥活動に関する情報発信の強化</li> </ul>
		水の大切さの啓発と価値の共有	●水育(みずいく)「森と水の学校」1,100名(累計13,000名)、「出張授業」9,000名(累計48,000名)が参加
		バリューチェーン全体での省エネ・省資源	<ul style="list-style-type: none"> <li>●国内バリューチェーン全体でCO<sub>2</sub>排出原単位を2007年比19%削減</li> <li>●国内グループ工場の水使用における原単位を2007年比20%削減</li> </ul>
地域社会	「利益三分主義」に基づく生活文化の豊かな発展と次世代育成への貢献	東日本大震災の復興支援	●追加義捐金20億円(累計63億円)を拠出し、「漁業の復興支援」「未来を担う子どもたちの支援」「文化・芸術・スポーツを通じた支援」などを実施
		社会貢献活動のグローバル展開	●グループ会社の社会貢献活動の状況把握
		次世代育成支援	●文化・スポーツ活動を通じた次世代育成支援プログラム提供(参加者84,000名)
	酒類を扱う企業として責任ある適正飲酒の普及と啓発	適正飲酒の普及啓発	●未成年飲酒の防止やイッキ飲み防止に向けた啓発活動の実施
		積極的な働きかけによる酒類業界全体の取り組み向上	●WHOのアルコール世界戦略に対する業界コミットメントを策定し発信
従業員	「やってみなはれ」を発揮できる人材育成とダイバーシティ推進	人権の尊重	<ul style="list-style-type: none"> <li>●「人権教育推進委員会」のもと、啓発活動を国内全営業・生産拠点で実施(3カ年計画)</li> <li>●リスク回避体制を構築し、国内グループ会社サポートを開始</li> </ul>
		人材育成	<ul style="list-style-type: none"> <li>●国内グループ会社のマネジャーを対象とした合同研修の実施</li> <li>●グローバル人材育成プログラムの充実</li> </ul>
		ダイバーシティの推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>●障がい者雇用促進についてグループでの取り組み開始、障がい者雇用率2%達成(2012年12月1日時点)</li> <li>●65歳定年制の実現など、より一層のシニアの活用に向けた活動強化</li> <li>●女性一人ひとりが活躍していくための両立支援・キャリア自律施策拡充</li> </ul>
		ワークライフバランスの推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>●テレワークやフレックスタイムの拡充など柔軟な働き方の全社浸透</li> <li>●育児・介護従事者支援の強化</li> </ul>
パートナー	サプライチェーンを通じたCSR活動の推進	原材料調達・物流におけるCSR活動の推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>●「CSR調達基本方針」に基づくお取引先アンケートを主要お取引先にて実施</li> <li>●物流協力会社と連携した「安全推進委員会」における安全性推進のしくみ強化</li> </ul>
		CSR活動基盤強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>●ISO26000における7つの中核主題に基づく活動の棚卸しを実施、現状把握と課題の抽出を実施</li> <li>●7つの中核主題に沿ったステークホルダー・エンゲージメントの実施</li> </ul>
CSRマネジメント		リスクマネジメント推進・強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>●グループ全体のリスクマネジメント体制基盤構築・強化</li> <li>●リスクマインド醸成を目的とした教育研修活動の実施</li> </ul>
		コンプライアンス浸透	<ul style="list-style-type: none"> <li>●国内全グループ会社を対象とした「社員意識調査」による現状把握と課題抽出</li> <li>●グループ各社の取り組み課題に応じた実践的なコンプライアンス推進活動</li> </ul>

	中期目標	2013年アクションプラン	ISO26000の中核主題
	お客様からのより一層の信頼向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 飲用時品質の一層の向上</li> <li>● 拡大するビジネス領域に対応した品質保証強化</li> </ul>	消費者課題
	グループ全体の品質保証体制強化とシナジー発揮	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 国内外グループ会社の品質マネジメントシステムのさらなる強化</li> <li>● グループ全体の総合力向上・シナジー発揮の推進</li> </ul>	
	お客様の声をこれまで以上に広く深く聞くことによるお客様との関係性の深化	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 海外グループ会社におけるSNSやブログ上のお客様の声収集開始</li> <li>● お客様にとっての情報収集や課題解決ツールとしてのWebサイトの拡充</li> </ul>	
	お客様の声を商品・サービスに活かすしくみの拡充と国内外全グループへの浸透	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 国内グループ会社でのお客様の声を活かすしくみの整備と取り組み推進</li> <li>● 商品開発段階でのお客様の声活用のしくみ導入</li> </ul>	
	「天然水の森」(7,600ha超)における森林整備の拡充を通じた水源涵養力の向上	● 「天然水の森」の水源涵養力向上に向け、中期計画に基づいた森林整備の実行	環境
	「天然水の森」における野鳥にフォーカスした生態系保全を通じた生物多様性の向上	● 「天然水の森」の森林整備を野鳥保護視点からも実施(猛禽類の狩場づくり・営巣に適した植生整備など)	
	愛鳥活動を通じたさらなる野鳥保護支援の強化	● Webサイトでの愛鳥活動に関する情報発信の継続・強化	
	「水育」の参加者拡大(両プログラムで2015年累計で100,000名の参加獲得)	● 「水育」の参加者拡大(水育「森と水の学校」2,000名、「出張授業」12,000名)	
	海外グループ会社を含めた環境負荷低減の取り組み推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 国内バリューチェーン全体でのCO<sub>2</sub>排出量のさらなる削減</li> <li>● 国内グループ工場の水使用量のさらなる削減</li> </ul>	コミュニティへの参画およびコミュニティの発展
	地方自治体・NPOなどと連携した復興支援活動強化	● 追加義捐金25億円(累計88億円)の拠出と、復興支援活動の継続	
	事業進出エリアにおける社会貢献活動の推進	● 東南アジアでの社会貢献活動の検討	
	文化・スポーツ活動を通じた次世代育成支援強化(2015年参加者目標100,000名)	● 文化・スポーツ活動を通じた次世代育成支援プログラムへの参加者拡大(目標87,000名)	
	消費者に対する適正飲酒の普及啓発	● 未成年飲酒の防止やイッキ飲み防止の啓発活動を継続強化	人権・労働慣行
	業界をリードしてWHOのアルコール世界戦略に対する業界コミットメントを実行	● 業界コミットメントの日本での具体的な展開計画の策定と実行	
	人権尊重を第一とする組織風土の醸成とグループ全体での人権マネジメントのしくみ構築	● 海外グループ会社との人権問題に関する情報交換開始	
	人材育成のしくみ強化と従業員の「やってみなはれ」の促進	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 「やってみなはれ」を促すしくみの導入(チャレンジ目標の設定と実行)</li> <li>● 海外との人材交流推進・国内従業員のグローバル化促進</li> </ul>	
	多様な価値観や発想を受け入れ、活かすことにより、より大きな価値を創出するダイバーシティ経営の実現	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 現場マネジメントの革新、「一人ひとりの考動」革新のさらなる促進</li> <li>● 65歳定年制の導入と定着</li> </ul>	公正な事業慣行
	働き方の革新と一人ひとりが能力を発揮できる職場づくり	<ul style="list-style-type: none"> <li>● メリハリの利いた働き方等を通じた総労働時間の短縮</li> <li>● プレミアムタイム等、ワークスタイル革新に向けたグループ全体での活動推進</li> </ul>	
	サプライチェーンにおけるCSR調達の推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>● CSR調達のアンケート調査対象企業の拡大</li> <li>● 国内グループ会社との「CSR調達基本方針」共有と推進依頼</li> </ul>	
	物流における安全性向上	● 物流における安全性推進の継続・強化	
	グループ全体でのCSR基盤整備とステークホルダー・エンゲージメント実施による活動推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ステークホルダー・エンゲージメントの継続実施による活動のレベルアップ</li> <li>● 全社CSR活動推進のためのしくみ構築</li> </ul>	組織統治
	グループ全体におけるリスクファインディング、および発生リスクの最小化に向けた取り組み推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 重要リスクのPDCA推進、リスク研修(訓練)・研究会の実施</li> <li>● インサイダー取引規制対応と社内啓発(研修・e-ラーニングの実施)</li> </ul>	
	グループ全体でのコンプライアンス体制の確立と企業倫理綱領の浸透	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 国内グループ全体のコンプライアンス意識の向上</li> <li>● 海外グループ会社へ展開するための現状把握としくみ検討</li> </ul>	